

Artística Decimo.

Leer detenidamente el siguiente texto y resolver la actividad que aparece al final del documento.

¿Qué es un logotipo?

El logotipo se define como un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.

Lo más importante de un logotipo es que sea:

- **LEGIBLE** independientemente del tamaño al que lo usemos.
- **RESPONSIVE**, que podamos adaptarlo a diferentes escalas y formatos sin perder su esencia (imprescindible con la importancia que han tomado las redes sociales y las webs adaptativas).
- **REPRODUCIBLE** en cualquier material.
- Que genere **IMPACTO VISUAL**, de manera que nos llame la atención a simple vista y sea fácilmente recordado.
- **ATEMPORAL Y ÚNICO**, diferenciándose dentro de la competencia y con un diseño perdurable en el tiempo.

Teniendo claras sus características principales, vamos a ver cómo se clasifican los diferentes conceptos relacionados con el mundo del diseño de logotipos:

The Coca-Cola logo is written in its iconic red script font.The Disney logo is written in its classic black, stylized script font.

LOGOTIPO :: Aunque sea el nombre generalizado para los logos, etimológicamente nace del griego *λόγος* (palabra) por lo que, originalmente, un logotipo es un diseño exclusivamente tipográfico.

IMAGOTIPO: Es la suma de un logotipo y un icono.

The Puma logo consists of a black silhouette of a leaping puma above the word "PUMA" in a bold, black, sans-serif font.The Adidas logo features a blue trefoil symbol above the word "adidas" in a blue, lowercase, sans-serif font.

ISOTIPO: Es una marca representada únicamente por un icono, ya que es tan conocida que no necesita de más.

The L'Oréal Paris logo is a red circle containing a white stylized 'L' and 'G'.The McDonald's logo is the golden arches, a stylized yellow 'M' shape.The Nike logo is a black, stylized swoosh.

ISOLOGO : Es la fusión de icono y texto, que no podrán funcionar por separado.



IMAGEN CORPORATIVA :: Es la manera en que los clientes y usuarios perciben la marca. Por ejemplo Tiffanis=lujo.



IDENTIDAD CORPORATIVA :: Es la representación física de la imagen de marca (papelería, rotulación, publicidad exterior...).

MARCA o BRANDING :: Es el conjunto total de todo lo que se vincula, directa o indirectamente, al símbolo, influyendo en el valor de la propia marca. Se compone de naming, identidad corporativa, posicionamiento, lealtad de marca y arquitectura de marca.

Fuente: <https://www.hazhistoria.net/blog/%C2%BFqu%C3%A9-es-un-logotipo>

Actividad

1. Con base en la información suministrada anteriormente diseñe en el cuaderno los siguientes elementos, (puede utilizar el mismo o diferentes artículos para cada elemento).

- Logotipo
- Imago tipo
- Isotipo
- Isologo
- Algunos artículos para identidad corporativa.