



TEMA 10

EL LOGO PROCESO Y CREACIÓN



CRITERIOS PARA CREAR UN LOGO

LOGOTIPO

Logotipo (DRAE):

1. m. Distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto.

Logotipo

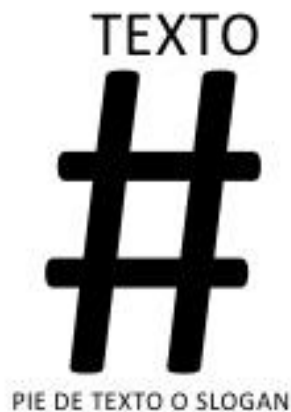
El logotipo es la parte "escrita" de un identificador de marca o empresa.

El logotipo hace referencia al nombre de la marca.

El **símbolo (dibujo o imagen)** es el trazo o la representación gráfica de la marca en el identificador.

La mayor parte de las veces, letras y símbolo van de la mano, pero en otros casos sólo el símbolo o sólo la tipografía componen el identificador.

COMPONENTES DE UN LOGOTIPO



CRITERIOS PARA CREAR UN LOGO

La identidad corporativa de una empresa es su carta de presentación, su cara frente al público; de esta identidad dependerá la imagen que la gente se forme de dicha organización.

Sencillo:

Fácil de ver o leer, Claro, Abstraído o esquemático. Algo complicado no es apropiado para la identidad de la marca.

Práctico:

El logo debe ser apropiado para ser utilizado en distintos medios: TV, internet, ropa, impresos, uniformes, etc. Debe estar preparado para presentarse en muy diversos tamaños y colores y seguir siendo legible o entendible.

Consistente , armónico, coherente:

Todos los elementos del logotipo deben de ser combinados a conciencia: Imagen, tipos de letras (mejor solo un tipo de letra), colores , etc.

Único:

No sirve de nada tener una imagen excelente o un nombre sobresaliente si son parecidos a los de alguien más, especialmente si la otra marca tiene más presupuesto invertido en publicidad.

Memorable y de fácil reconocimiento:

Si se aplican los puntos anteriores, la marca será memorable, fácil de recordar. El color es un elemento importante, por lo general el elemento más fácil de recordar , también la tipografía o ciertos signos o símbolos.

Un reflejo:

Debe reflejar los valores, las características y objetivos de la empresa.

Adaptable:

Debe adaptarse al público meta. No muy moderno para receptores conservadores, no muy conservador para mercados modernos.

Sustentable:

Actual, pero algo clásico. Muchas empresas actualizan sus logos cada 20 años. Por eso es importante tener un concepto que no se vuelva obsoleto en poco tiempo.

Es necesario mantener una coherencia visual en todas las comunicaciones que una empresa realiza; folletos, papelería, páginas web, etc.

TIPOS DE LOGOS I: LOGOTIPO

Logotipo: Es el tipo de Logo que carece de ícono, imagen o símbolo, sólo tiene tipografía (letras). La elección de la fuente (tipo de letras) es tan importante como la elección de las palabras que escribirá con ellas



TIPOS DE LOGOS II: ISOTIPO

Isotipo: También llamado “imagotipo”. Este tipo de Logo se basa exclusivamente en ícono, símbolo o imagen y carece de tipografía (letras o palabras). Una de las mayores ventajas del isotipo es su poder memorable.



TIPOS DE LOGOS III: ISOLOGOTIPO

Isologotipo: Este tipo de Logo combina al logotipo y al isotipo, Tipografía y símbolo



LOGOS DE METROS DE CIUDADES



EVOLUCIÓN DE ALGUNOS LOGOTIPOS



LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

El Edificio como motivo



LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

El Edificio como motivo

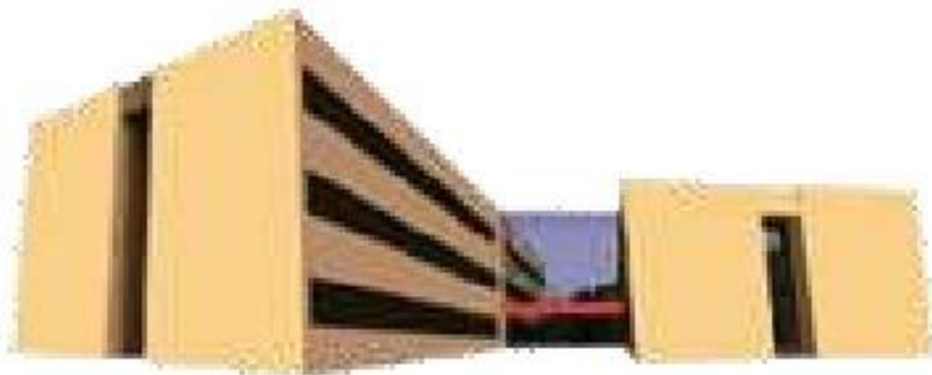


LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

El Edificio como motivo



I.E.S. JUAN ANTONIO CASTRO

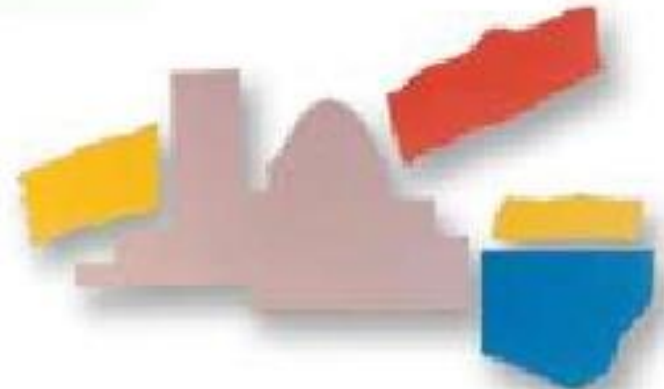


I.E.S. LA CORREDORIA



LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

El Entorno como motivo



LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

El Entorno como motivo



LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

El Entorno como motivo



LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

Las iniciales como motivo



LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

Las iniciales como motivo



María
Zambrano

LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

Las iniciales como motivo



LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

Los libros o el estudio como motivo



LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

Los libros o el estudio como motivo



IESB

INSTITUT EDUCACIÓ SECUNDÀRIA
BINISSALEM



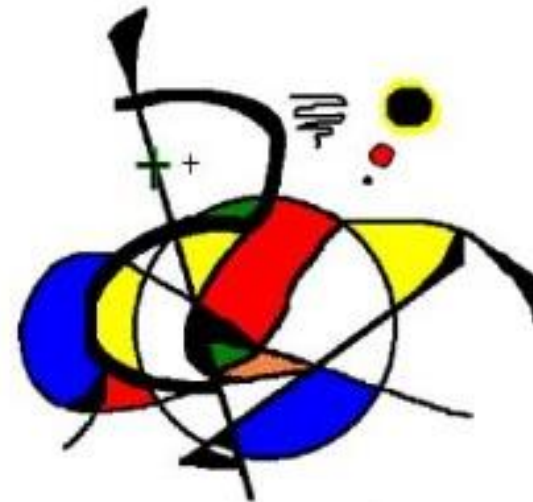
I.E.S. SAN PABLO



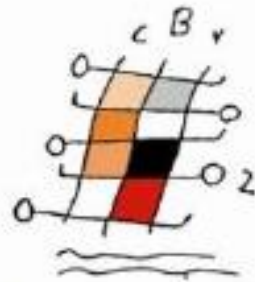
IES
LEIRAS
PULPEIRO

LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

Artistas o su estilo como motivo



IES ANA OZORES



IES JUANELO
TURRIANO



LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

Formas geométricas abstractas como motivo



LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

Formas geométricas abstractas como motivo

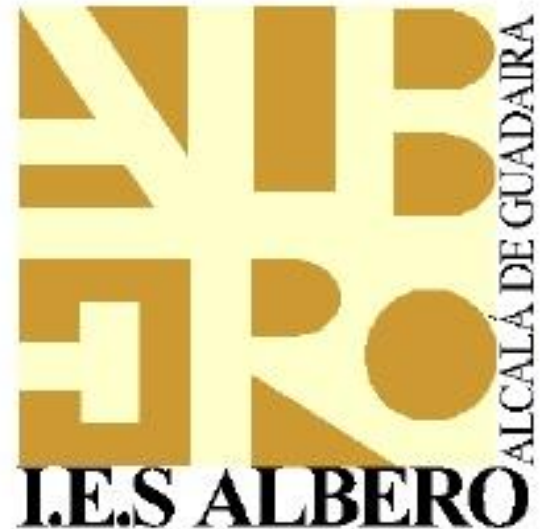


I.E.S. POLINYÀ



LOGOTIPOS DE INSTITUTOS

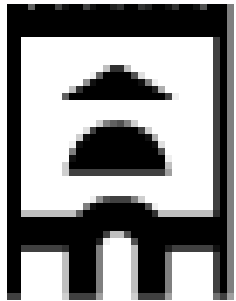
El propio nombre como motivo



OTROS LOGOTIPOS DE INSTITUTOS



LOGOTIPOS DE INSTITUTOS



ESCUELA DE ARTE
CASA DE LAS TORRES





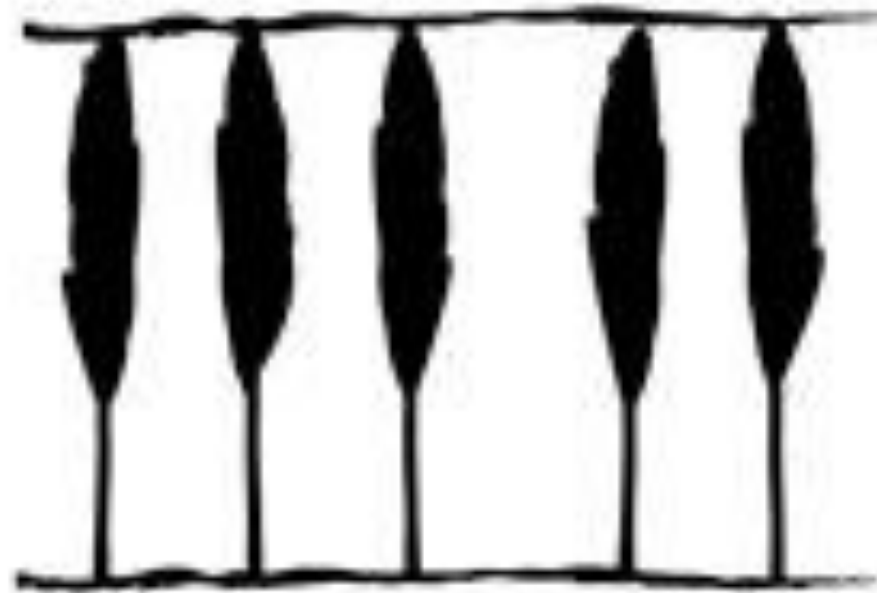
LOGOTIPOS CREATIVOS





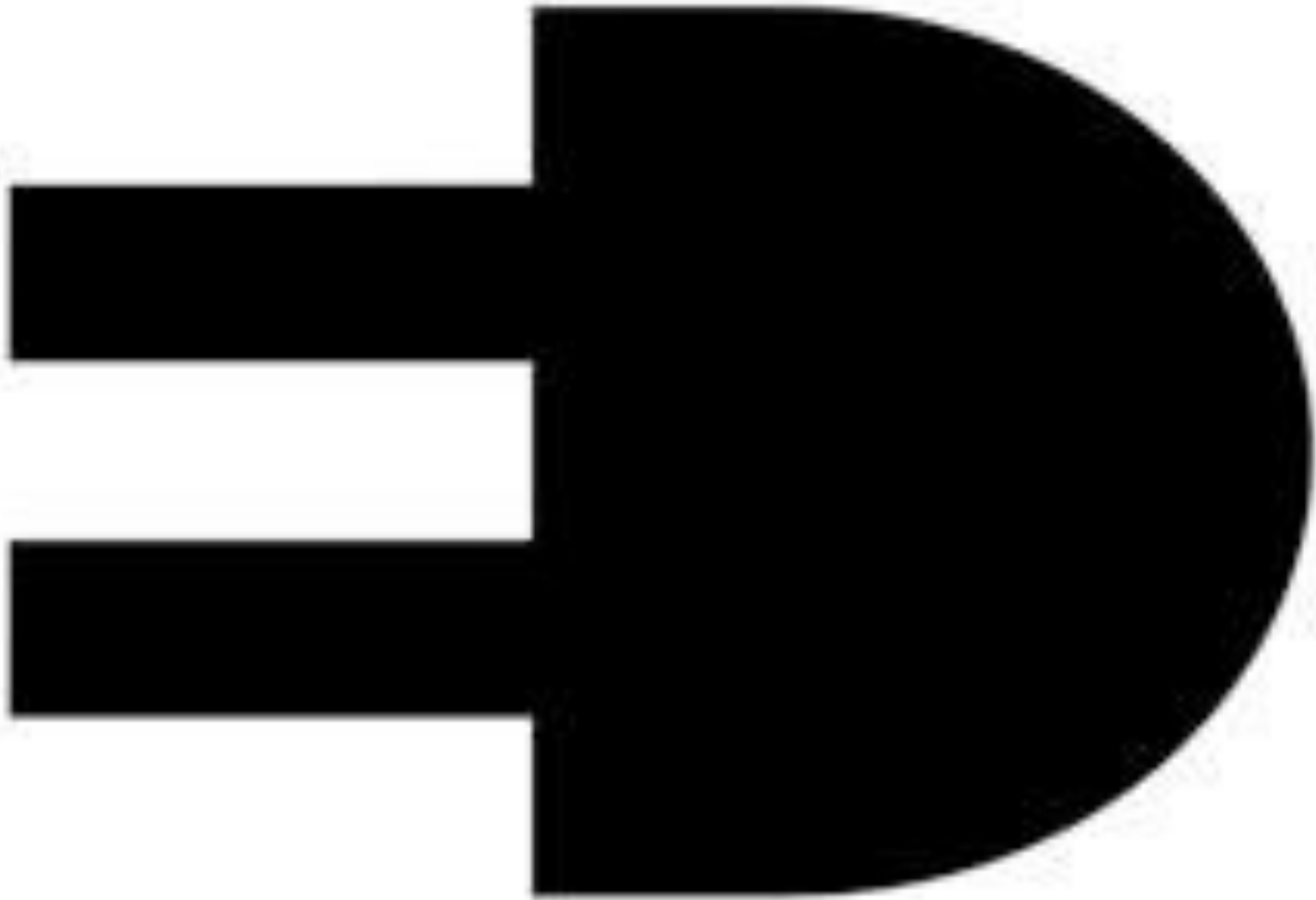
Elle Hive

LOGOREVIEW™



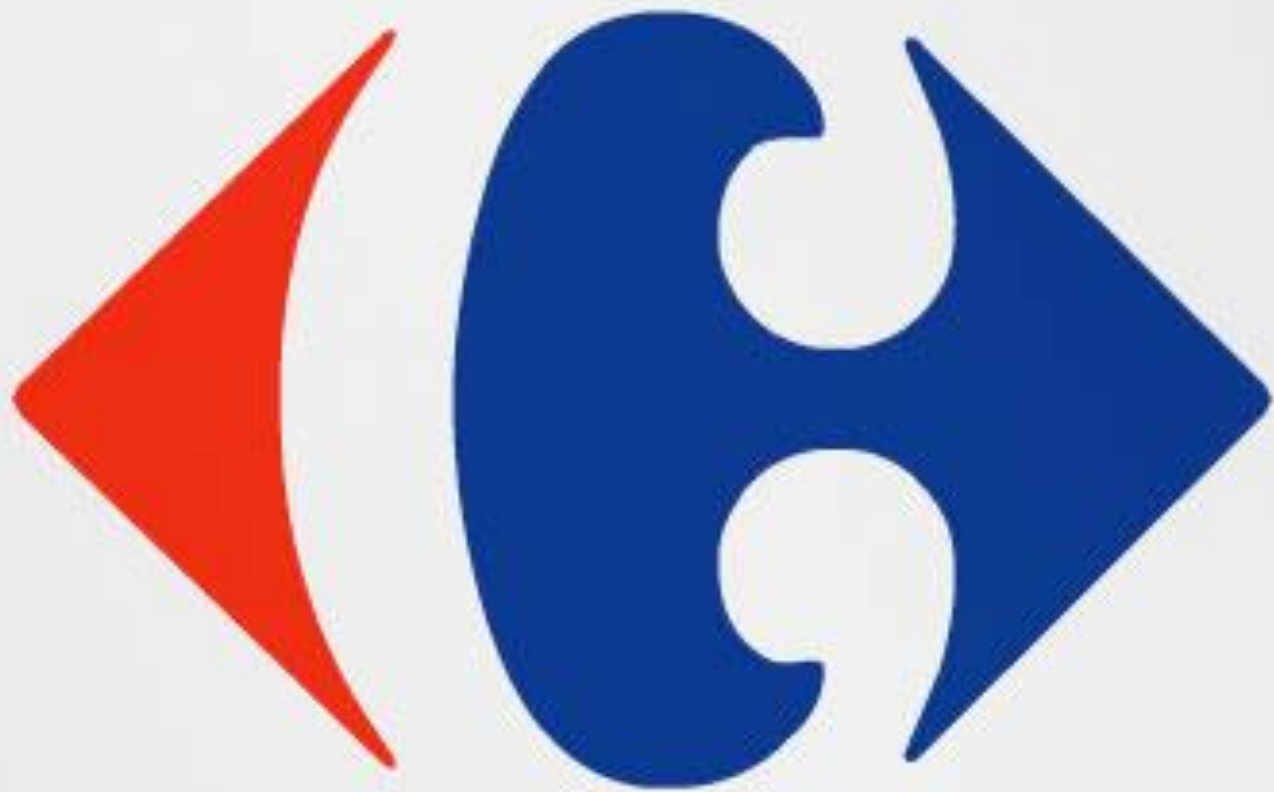
PIANO FOREST

ငွေကုန်



Electro Domecticis









Hartford Whalers



HORROR FILMS

amazon.com.

The image shows the text "amazon.com." in a bold, black, sans-serif font. A yellow curved arrow, which is the Amazon logo, is positioned below the text, starting under the letter 'a' and pointing towards the letter 'n'.





The FedEx logo is displayed in a bold, sans-serif font. The word "Fed" is in a dark purple color, and the word "Ex" is in a bright orange color. The two colors meet at a vertical line between the 'd' and the 'E'.

FedEx



Flight Finder



VINOPIANO

ELEGANT TASTE



Wine Searcher







Food Writers



pencil





CityDirect

mask



NEWCASTLE
FOOD & WINE
FESTIVAL



ROYAL CLOTHES

BLACK

CAT

L I N H A
MOUNTAIN



WINE QUOTATIONS





illusion

Families

bird





BarCode



Equestrian Clothing





cyber cafe



cinemacafé

**BLACK
DOG**

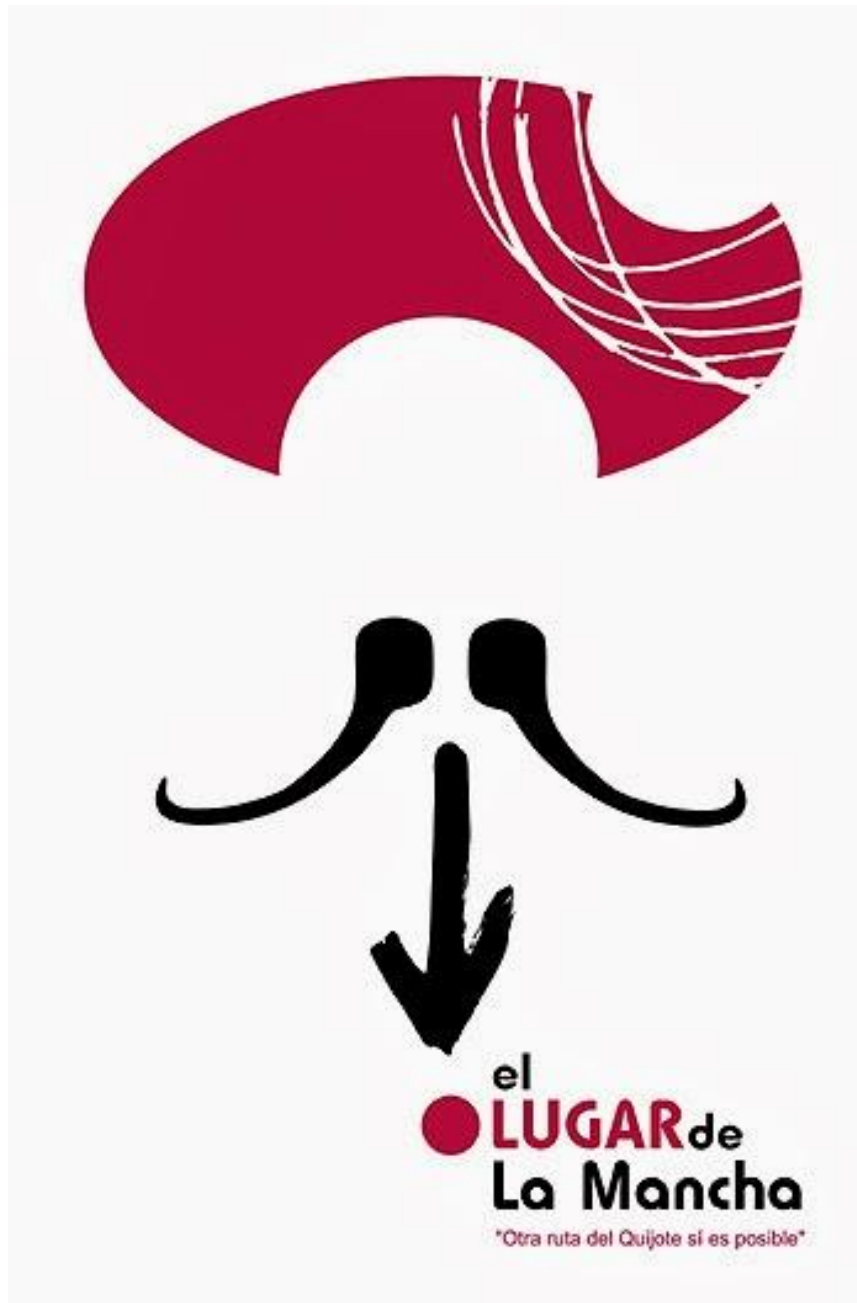
I ♥ ♣ ♠ ♦

SUS|/1

G A L E R I E S
Lafayette



e d i t o r i a l
CORMORÁN






LibreQuijote.com



invisible agents™



El proceso de creación de un Logo, es un proyecto que debe seguir todos los pasos que has aprendido hasta el momento. Análisis, diseño o planificación, desarrollo y verificación. Así mismo al tratarse de la máxima representación de una marca, no olvides lo que acabas de aprender en el anterior tema de esta unidad. Una marca define la identidad del producto que tiene que representar.

El primer paso será el **análisis**:

-Debes **definir el problema**: En este caso se trata de crear un Logo para una agencia de detectives. Al querer representar gráficamente esta agencia, debes conocer cual es su identidad como marca.

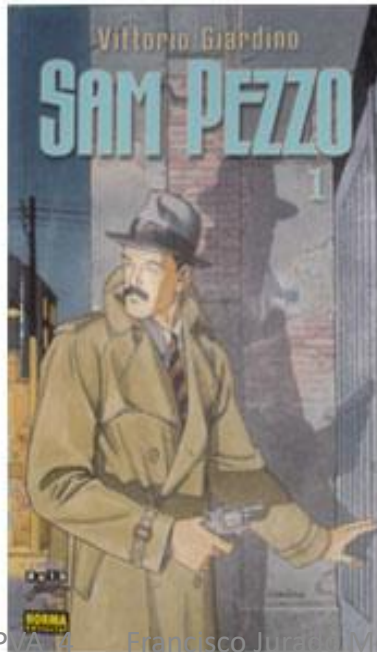
Después de una puesta en común con tus clientes, averiguas que se trata de dos personas jóvenes. Emilio García licenciado en criminología y Javier García detective profesional. Sus intenciones son investigar cualquier tipo de caso que se les presente. Son personas dinámicas y aficionadas a los cómic relacionados con el tipo de trabajos que ellos realizan. Desde Tintín al detective San Pezzo. También son entusiastas del cine negro de los años 40. Quieren transmitir una imagen seria, puesto que no quieren que su juventud sea motivo de desconfianza para su futuro cliente. Al mismo tiempo quieren que su imagen tenga algo de original y diferente de las de la competencia.

-Investiga sobre **otras posibles soluciones** que existen en el mercado.



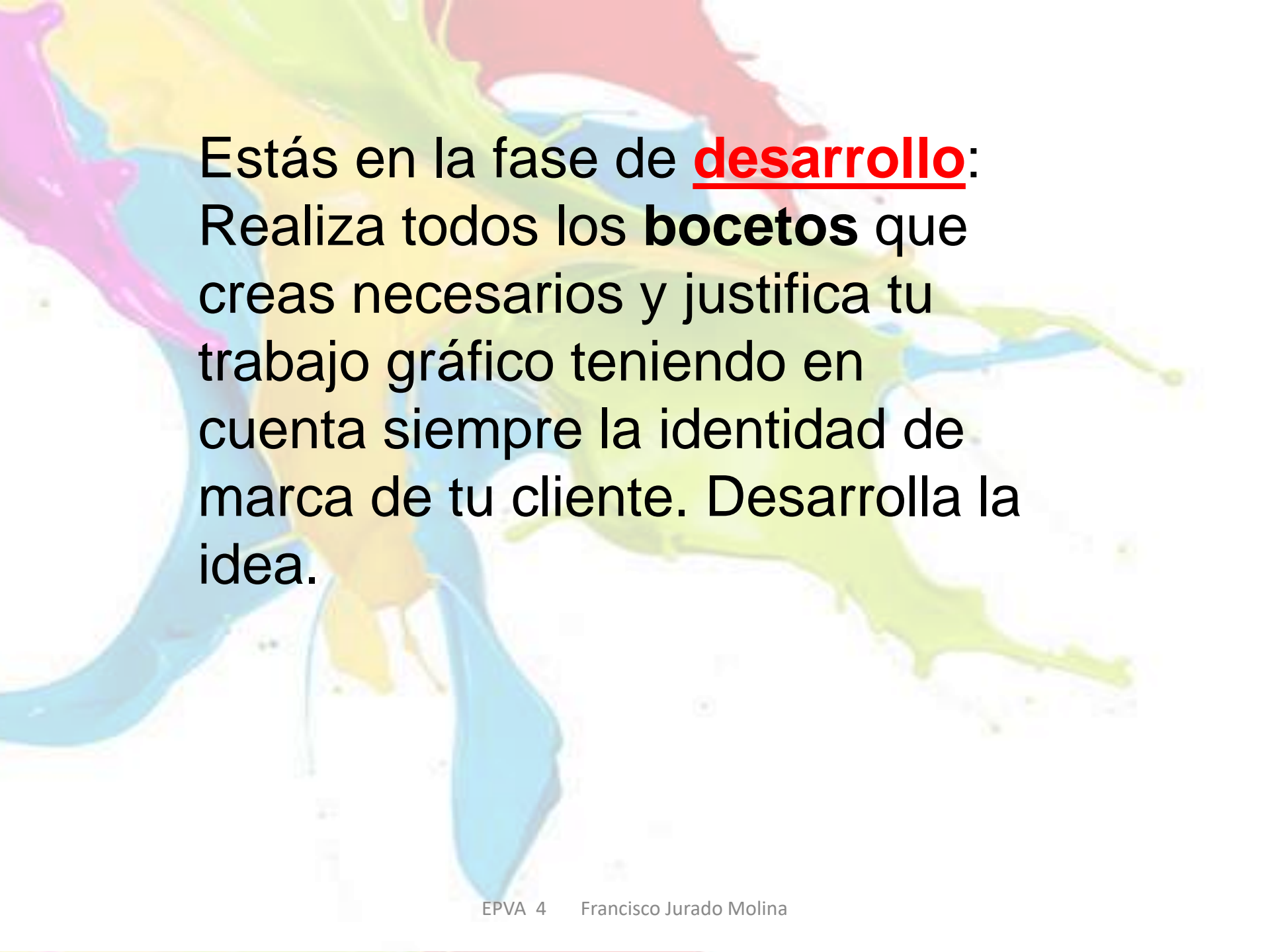


En la siguiente fase de **diseño o planificación** es el momento de inspirarse y de experimentar. Teniendo en cuenta los gustos y necesidades de nuestros clientes, has de investigar sobre todo aquello que les gusta y quieren transmitir.



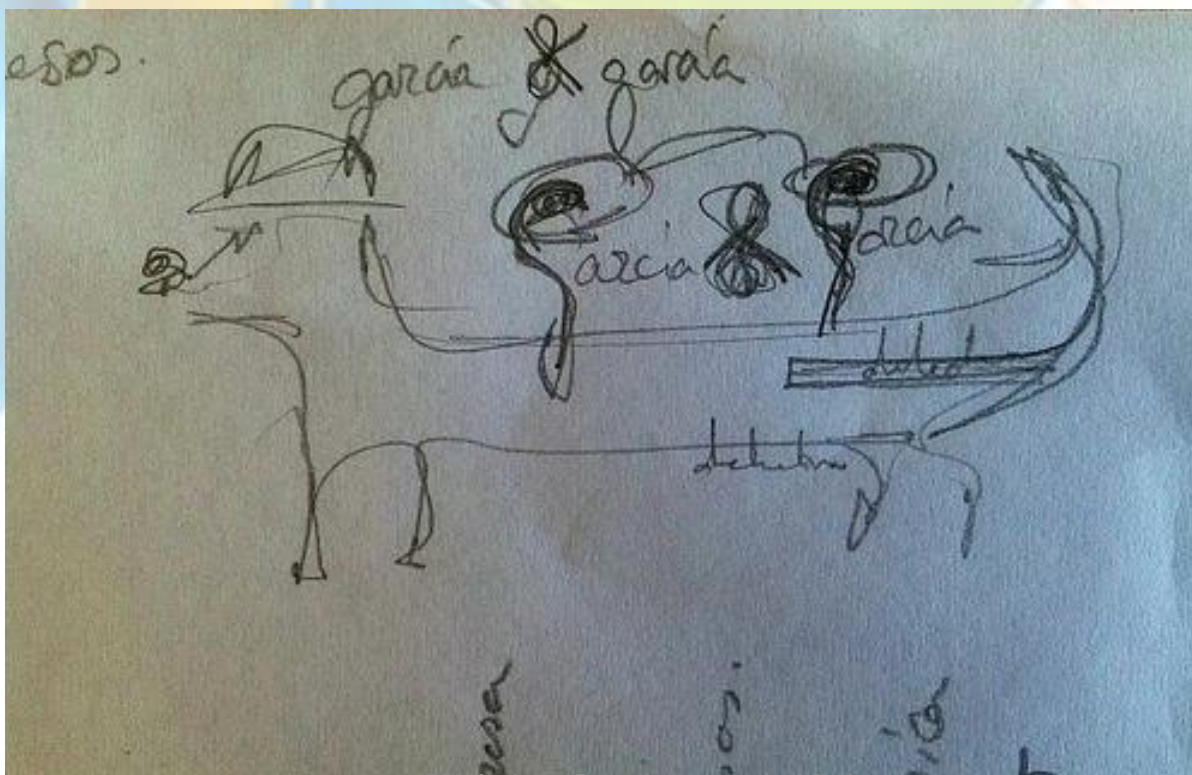
EP  Francisco Jurado Molina





Estás en la fase de **desarrollo**:
Realiza todos los **bocetos** que
creas necesarios y justifica tu
trabajo gráfico teniendo en
cuenta siempre la identidad de
marca de tu cliente. Desarrolla la
idea.

El perro representa la astucia, el poder de encontrar lo imposible en cualquier lugar o situación. Este perro es especial, tiene sombrero como los detectives de los años 40 tan admirados por nuestros clientes. Casualmente sus apellidos Emilio García y Javier García coinciden ¿Por qué no hacer un símil con los conocidos detectives de Tintín Hernández y Fernández?



La agencia se llamará García&García. Si alargamos la G de la inicial de cada apellido podrás convertirlas en ojos que vigilan. Todos los logos de detectives, generalmente incluyen la lupa tras los ojos que inspeccionan. En tu caso, serás más original, e incluirás unas gafas antiguas que den seriedad a tu diseño final. En cuanto al color, el blanco y negro representa el cine negro de los años 40 y el rojo la sangre y la pasión. Quieres que tu logo resulte serio pero que al mismo tiempo llame la atención. El toque de color rojo debe ser muy sutil y equilibrado para que no de sensación de peligro.



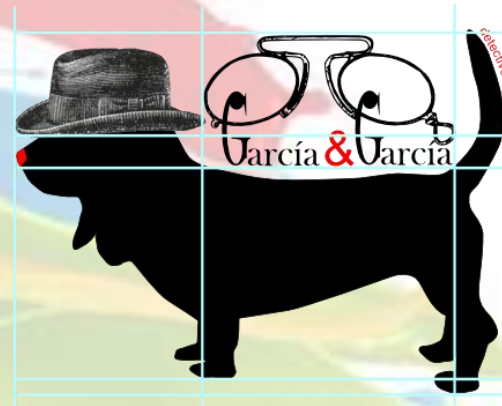
El último paso será el de **verificación**:
En el caso del logotipo debes enseñarlo al cliente y explicar de donde procede la idea y justificar la identidad de marca que has pretendido dar a su empresa. Una vez aprobado por el cliente es importante crear una ficha técnica del logo en la que se incluye:

El logo principal con las medidas de proporción y relación entre elementos. Las cantidades de color en CMYK (o pantone exacto)
Las alternativas del logo en cuanto a variación de tamaño o si puede aparecer por separado logotipo y símbolo. Si hay alguna alternativa en horizontal, la propuesta de color en B/N...

La tipografía recomendada para el resto de aplicaciones.

Cuantas más especificaciones entregues a tu cliente menos distorsionarán el logotipo en futuras aplicaciones.

LOGO PRINCIPAL



COLOR CMYK

NEGRO C:0% M:0% Y:0% K:100%

ROJO C:0% M:100% Y:100% K:0%

VERSIONES ALTERNATIVAS DEL LOGO

Isotipo



Logotipo



versión B/N



versión HORIZONTAL



FUENTES QUE SE ACONSEJAN PARA EL RESTO DE APLICACIONES

Scala Sans Roman

1234567890 !@£\$%^&*()-=+

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ


abcdefghijklmanopqrstuvwxyz

Scala Sans Bold Italic


1234567890 !@£\$%^&*()-=+

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ


abcdefghijklmanopqrstuvwxyz



7 consejos para crear Y diferenciar tu logotipo



Sencillez. Es un logotipo, no una ilustración. Lo que buscamos es plasmar en una imagen la idea de nuestra empresa/blog. No tenemos que abusar de los detalles que compliquen su estructura. Cuanto más simple y sencillo sea, más fácil de recordar para aquel que tenga oportunidad de verlo.




Colores. Nuestro logo lo utilizaremos no solo para nuestra web, también para nuestras tarjetas, facturas, folletos publicitarios, ... Por lo que es aconsejable no utilizar demasiados colores. Y hacer una prueba de como quedaría el diseño en blanco y negro, escala de grises y cambiando los colores.

Tipografía. Si añadimos un texto a nuestro logo, debemos tener en cuenta que no siempre lo publicaremos en tamaño extragrande, por lo que tenemos varias opciones:

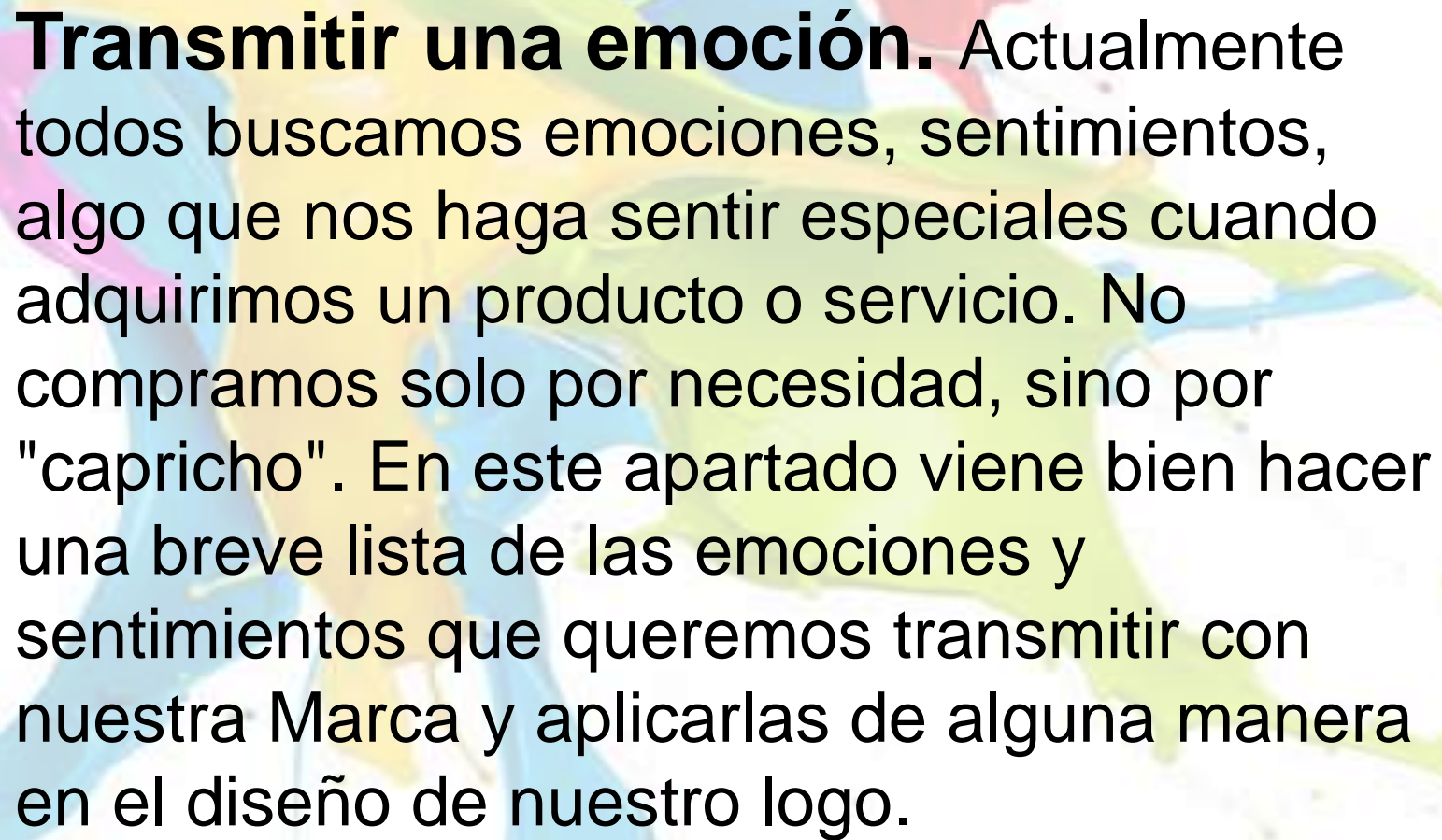
Usar el texto solo en algunas ocasiones.

Que sea un texto breve, fácil de leer y que no se complique la legibilidad al reducirlo.

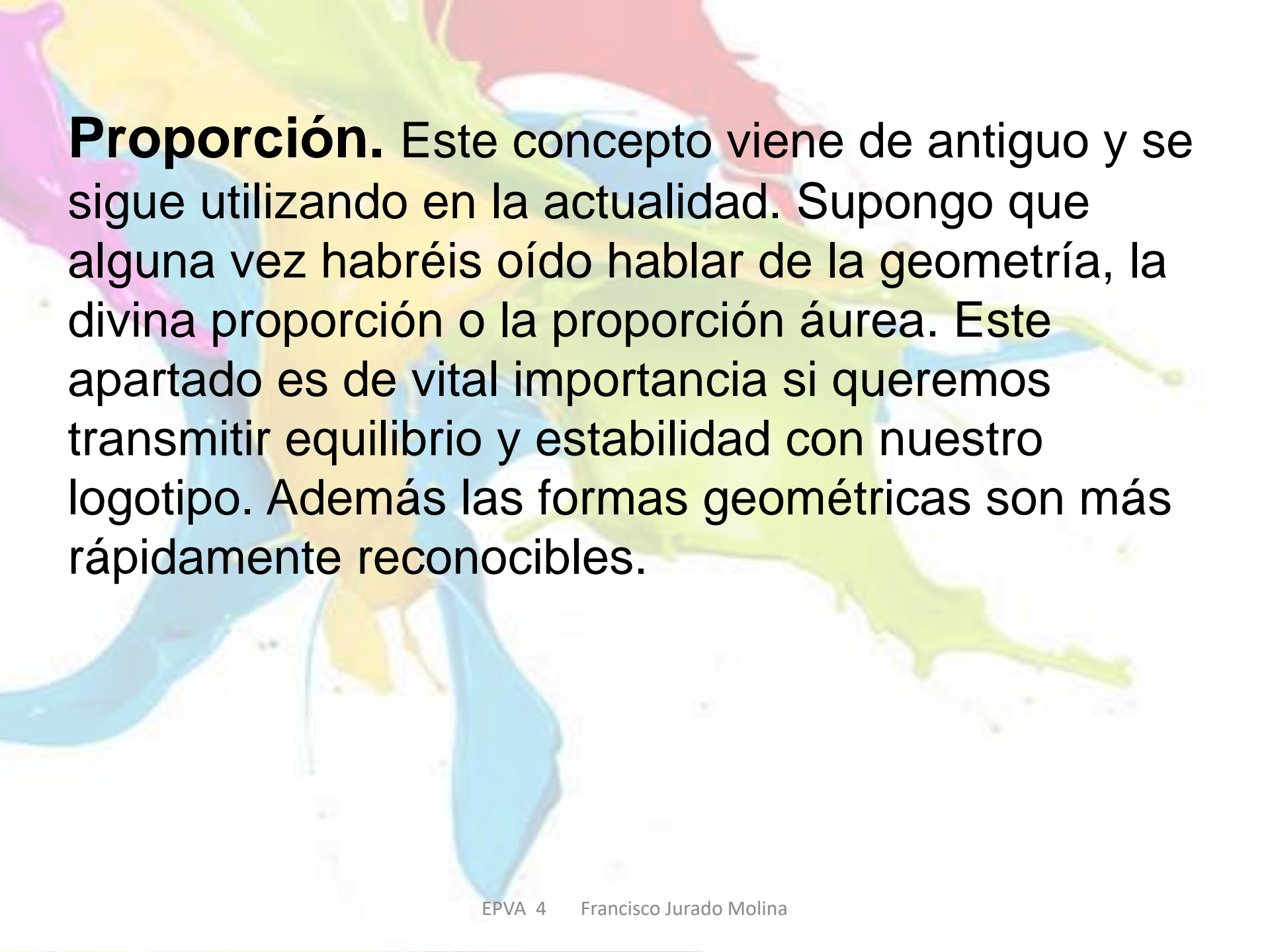
Si el nombre de tu marca/blog es impactante, puedes usar ese texto como logotipo. Siempre teniendo en cuenta que la tipografía debe ser sencilla y fácil de leer, cuanto más sencilla mucho más fácil para quien lo vea.




Originalidad. No imitar a otros. Queremos ser originales y transmitir nuestro propio mensaje. Podemos inspirarnos en los grandes logotipos conocidos, fijándonos en que los hace diferentes del resto, pero nunca copiarlos. Aquí se incluye no usar cliparts prediseñados ni imágenes descargadas de **internet** que restan originalidad a nuestro diseño.



Transmitir una emoción. Actualmente todos buscamos emociones, sentimientos, algo que nos haga sentir especiales cuando adquirimos un producto o servicio. No compramos solo por necesidad, sino por "capricho". En este apartado viene bien hacer una breve lista de las emociones y sentimientos que queremos transmitir con nuestra Marca y aplicarlas de alguna manera en el diseño de nuestro logo.



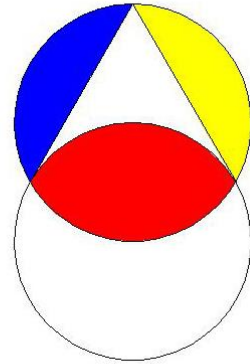
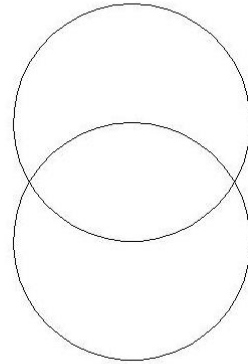
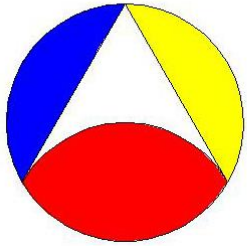
Proporción. Este concepto viene de antiguo y se sigue utilizando en la actualidad. Supongo que alguna vez habréis oído hablar de la geometría, la divina proporción o la proporción áurea. Este apartado es de vital importancia si queremos transmitir equilibrio y estabilidad con nuestro logotipo. Además las formas geométricas son más rápidamente reconocibles.

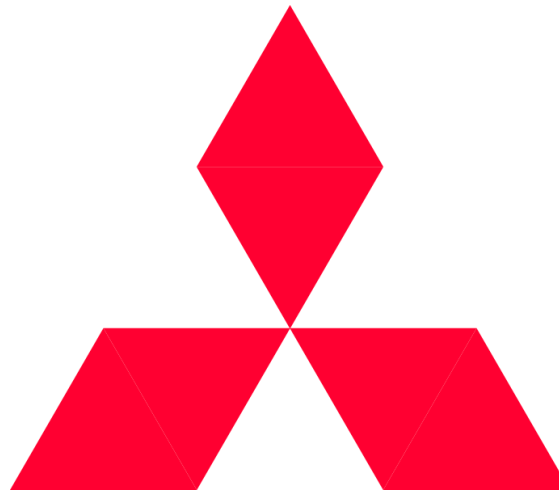


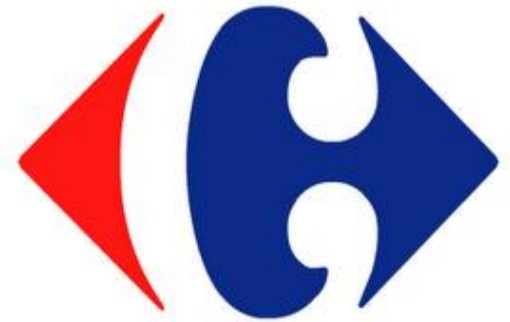
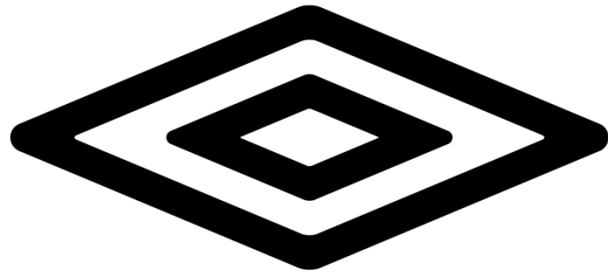
Atemporal. Queremos que nuestra perdure en el tiempo. Qué mejor manera de que nuestro logotipo permanezca en el tiempo, sin pasarse de moda, que aplicando los conceptos anteriores. Sencillez, originalidad, legibilidad, tipografía sencilla, proporción, transmitir emociones únicas e inherentes del ser humano a través del tiempo... Un claro ejemplo de este factor es el logotipo de Coca Cola.











TELEMADRID



AQUALOGY



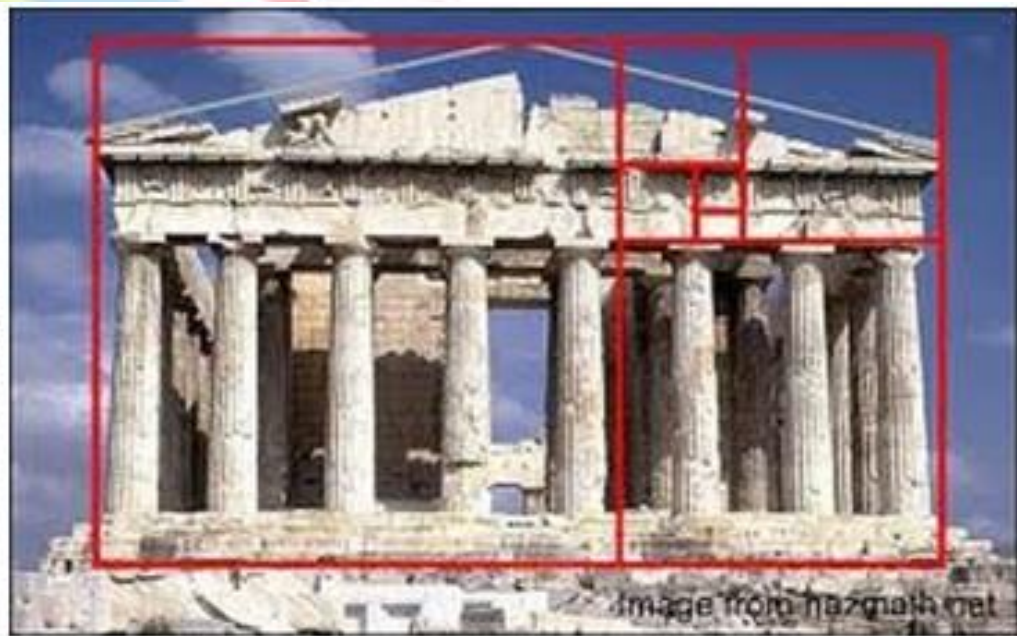
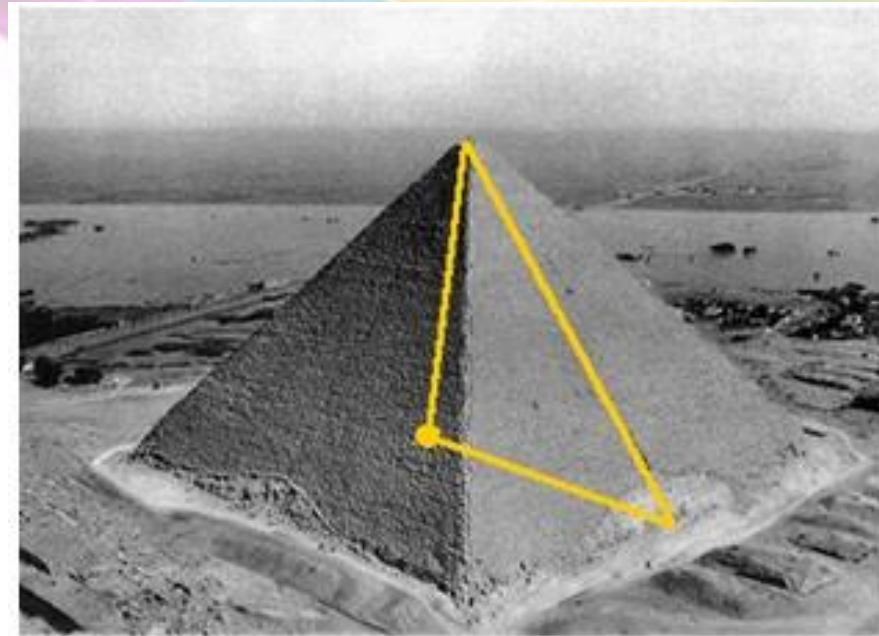
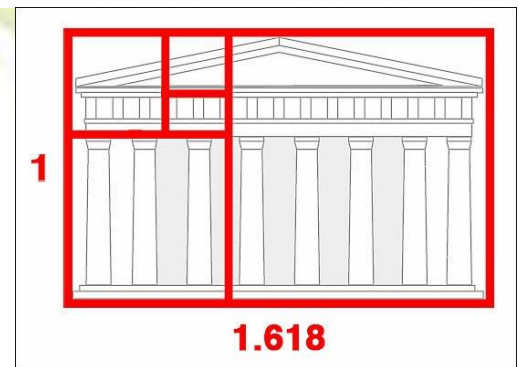
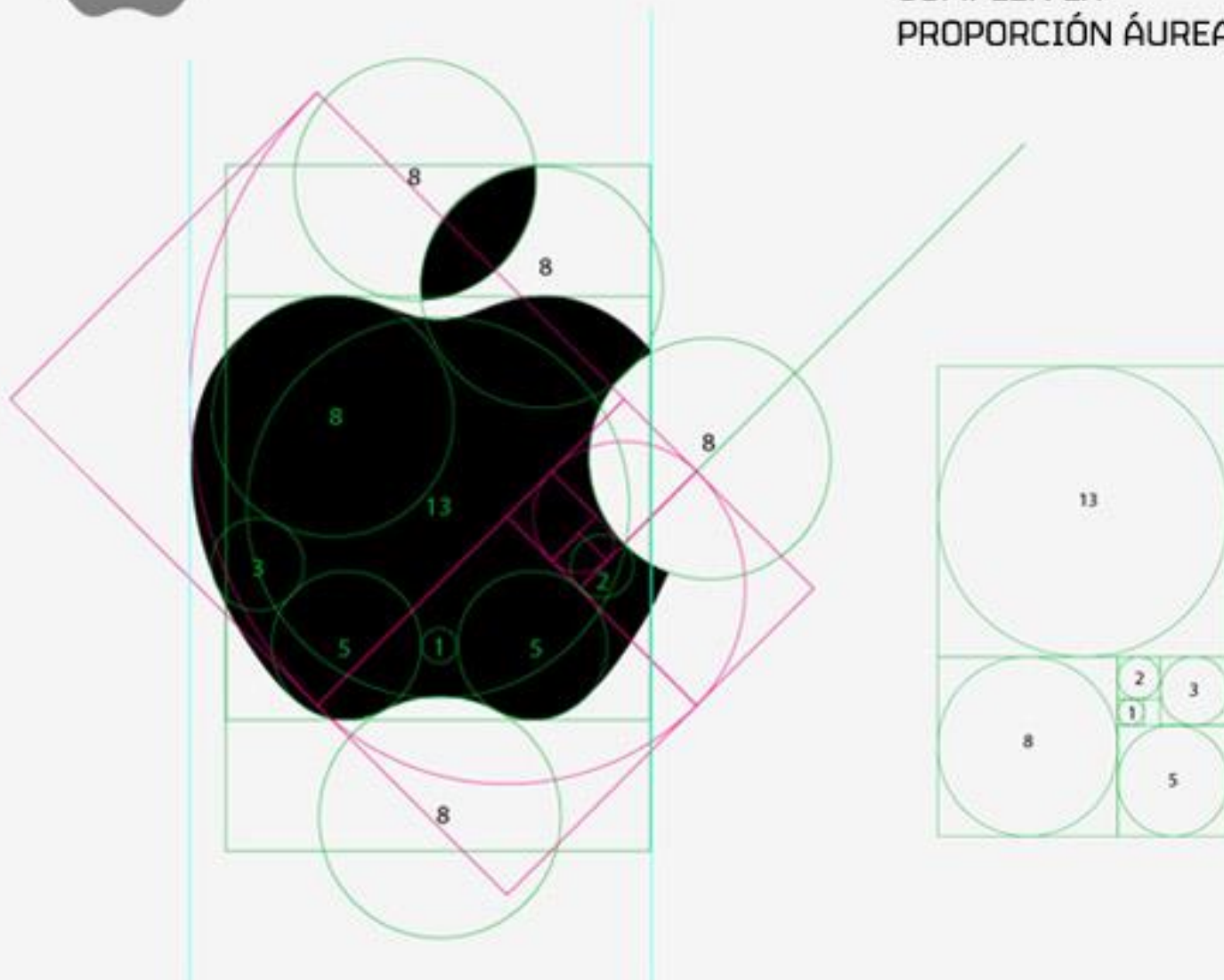


Image from hazmath.net



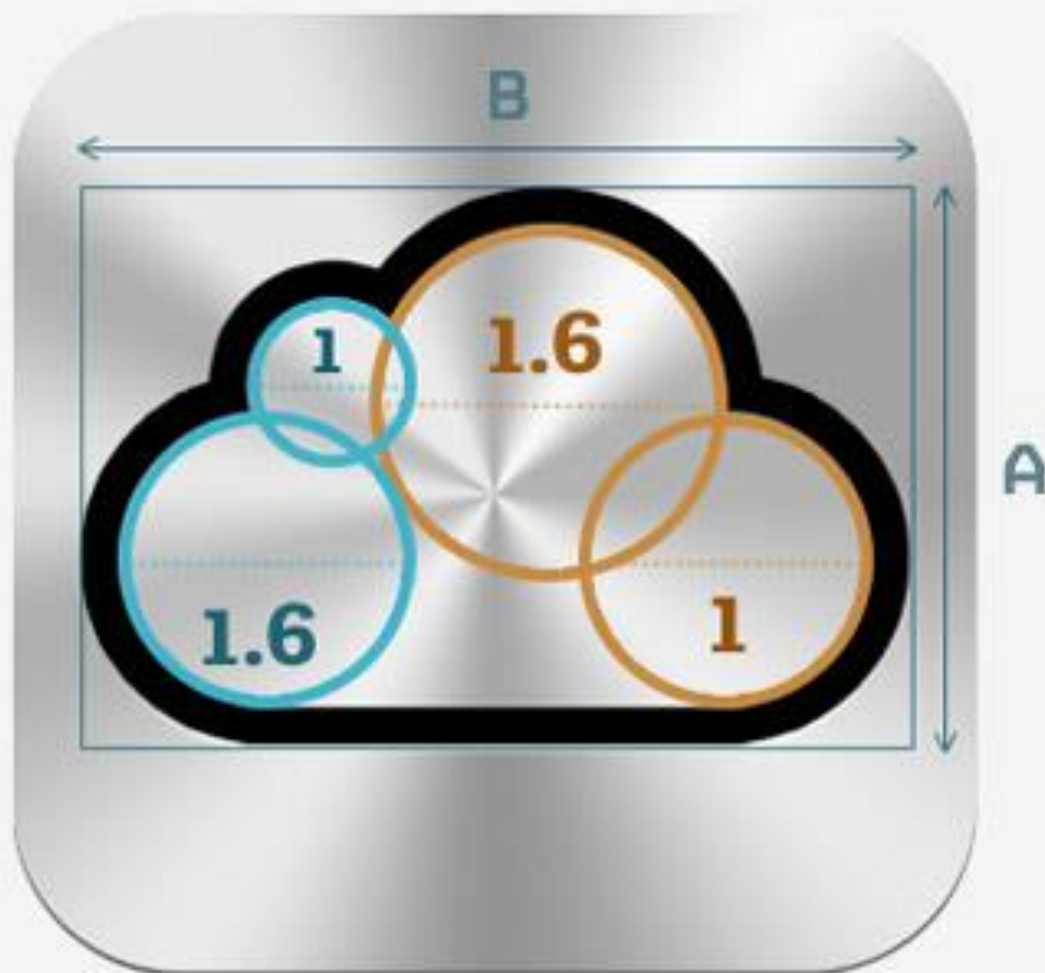


LAS CIRCUNFERENCIAS
QUE CONFORMAN EL
LOGOTIPO DE APPLE
CUMPLEN LA
PROPORCIÓN ÁUREA.

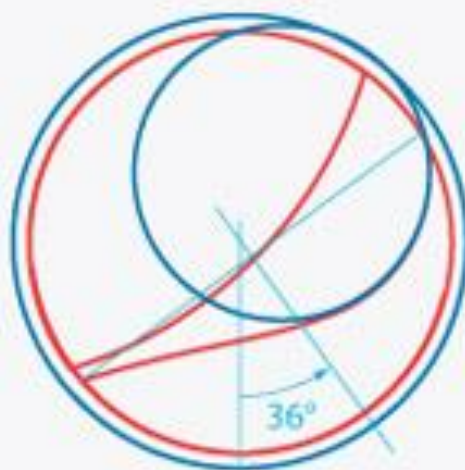
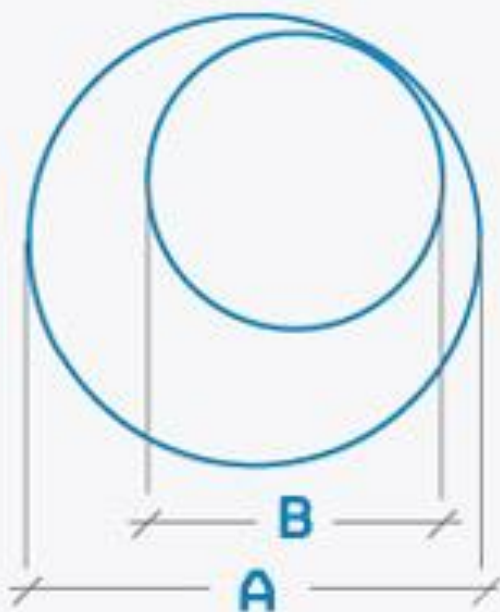




$$\frac{A}{B} = 1.618$$



TANTO LA RELACIÓN ENTRE LAS CIRCUNFERENCIAS QUE CONFORMAN EL LOGOTIPO COMO LA RELACIÓN ENTRE LA ANCHURA Y ALTURA DEL MISMO CUMPLEN LA PROPORCIÓN ÁUREA



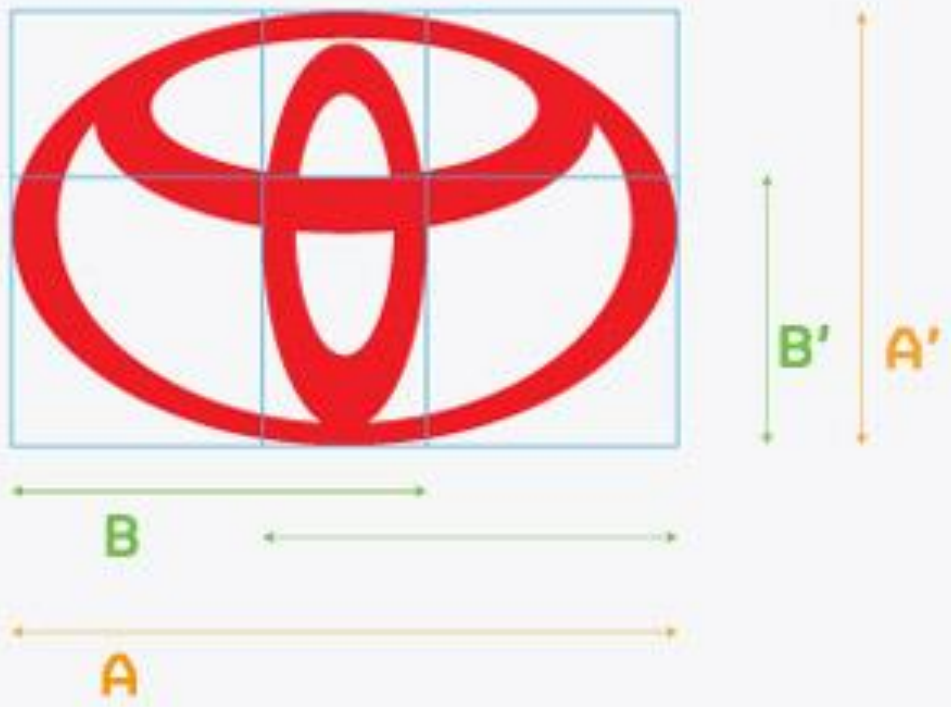
$$\frac{A}{B} = 1.618$$

AL DIVIDIR EL DIÁMETRO DE LA CIRCUNFERENCIA MÁS GRANDE ENTRE EL DIÁMETRO DE LA CIRCUNFERENCIA MÁS PEQUEÑA, SE OBTIENE EL NÚMERO ÁUREO.



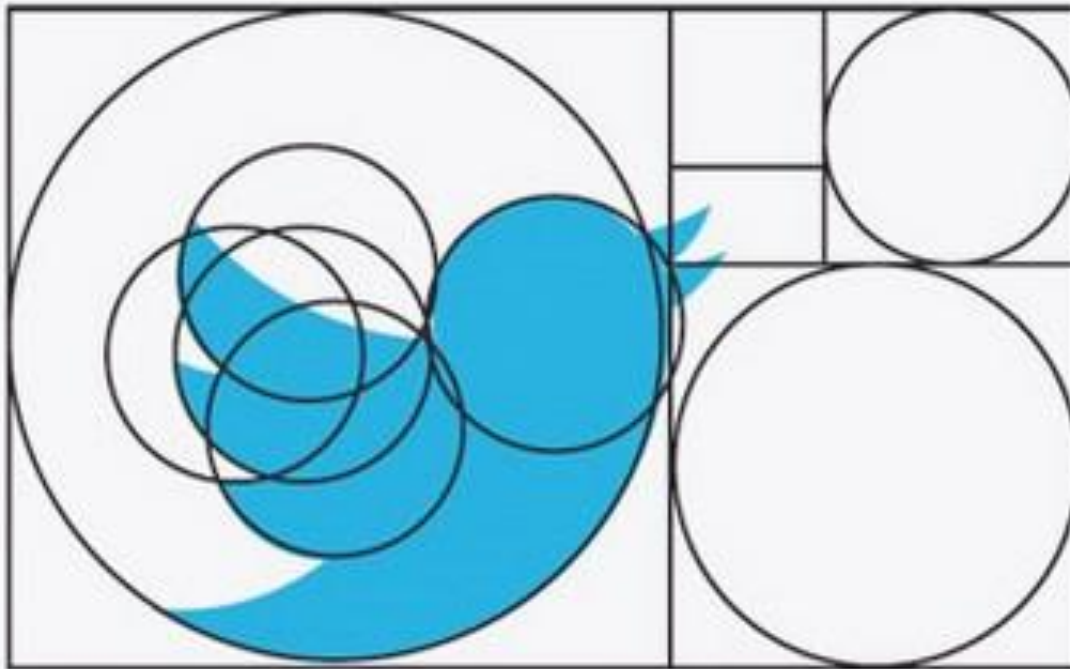
AL DIVIR **A** ENTRE **B**,
O **A'** ENTRE **B'** OBTENEMOS,
EN AMBOS CASOS, EL
NÚMERO ÁUREO

$$\frac{A}{B} = \frac{A'}{B'} = 1.618$$





LOS CÍRCULOS CON LOS
QUE SE COMPONE EL
LOGO DE TWITTER
ENCAJAN EN LA
PROPORCIÓN ÁUREA



What's happening?

Timeline @Mentions Retweets Searches Lists

Tweets mentioning @stop

Coley Wopperer
 @stop @zhanna Correction: Three-PERSON design team.
 from Potrero, San Francisco
 33 minutes ago

ozanilbey Ozan İbey Yılmaz
 Dear #NewTwitter, "good proportion" is one of the main design principles. Remember? @stop @design
 1 hour ago ☆ Favorite ↻ Retweet ↻ Reply

ashleyv Ashley Veselka
 Right? LOVE #newtwitter! Great job @stop @Zhanna RT @jonstovall: man twitter, you really know how to do webz
 1 hour ago

Zhanna Zhanna Shamis
 @goldman @stop right on!
 from SoMa, San Francisco
 1 hour ago

ozanilbey Ozan İbey Yılmaz
 Dear #NewTwitter, "good proportion" is one of the main design principles. Remember? @stop @design
 1 hour ago via web ☆ Favorite ↻ Retweet ↻ Reply

Mentioned in this tweet

design Twitter Design
 Tweets from the Twitter Design Team.

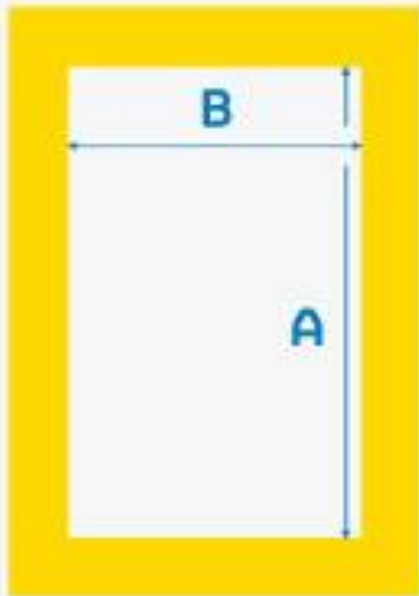
Replies to this Tweet

ozansener ozansener
 @ozanilbey ya o proportion bazen ise varlyo ;p ama gerektiğinde buyumesi daha güzel olurdu.
 from Princeton North, NJ
 1 hour ago

Tweets tagged with #NewTwitter



$$\frac{A}{B} = 1.618$$



SI DIVIDIMOS EL ALTO
ENTRE EL ANCHO DEL
LOGOTIPO DE
NATIONAL
GEOGRAPHIC,
OBTENEMOS EL
NÚMERO ÁUREO: **1.618**



SI DIVIDIMOS CADA
CIRCUNFERENCIA
ENTRE LA SIGUIENTE
OBTENDREMOS EL
NÚMERO ÁUREO: **1,618**



EL LOGOTIPO DE GRUPO
BOTICARIO SE
CONSTRUYE SEGÚN
LAS PROPORCIÓN
ÁUREA.

