

Composición de los elementos gráficos corporativos

Por Luiz Claudio Gonçalves Gomes

La combinación entre los elementos gráficos configura la buena estructura del sistema de identidad visual.

El principio en el que se fundamenta la estructura visual corporativa está basado en el hecho de que el sistema se compone de una serie de elementos gráficos constantes. Elementos que mantienen una estrecha relación para configurar una identidad visual sólida y recordable, independientemente de que cada uno de ellos sea percibido por separado.

El gran desafío de los sistemas de identidad visual reside en coordinar eficientemente el vínculo entre los elementos constantes y los variables, evitando que unos deformen la función o expresión visual de los otros, produciendo una dialéctica entre la norma establecida y la creatividad posible. Para eso es fundamental el diseño de un sistema flexible pero globalmente inmutable.

Una marca gráfica flexible garantiza una potencial longevidad. Debe contener su propio juego de herramientas, un abanico de opciones con diferentes variaciones que puedan ser utilizadas en diversas situaciones y entornos.

La estructura de la identidad visual corporativa se establece en un código de la identidad, el cual opera en diferentes registros de la percepción y la memoria, con la función lingüística del logotipo, el código icónico del símbolo, el código cromático institucional, y el nivel de los elementos complementarios de la identidad, entre ellos: personajes, tipografías institucionales y grafismos.

Con el tiempo podrán surgir nuevas variantes con planeamientos distintos. Idear esta multiplicidad de opciones servirá para facilitar la gestión de cambios futuros y garantizar que se cumplan unos mínimos razonables. Las variantes deben abarcar casi todos los soportes y ofrecer alternativas para el futuro, con la confianza de cubrir todas las situaciones previsibles. Es importante que sean directas, estén disponibles y sean muy fáciles de usar.

«Un análisis sistemático de la identidad visual nos obliga a realizar divisiones y taxonomías consideradas útiles desde el punto de vista operativo, pero de ninguna manera pueden entenderse como dogmáticas».
Solas (2002, p. 67)

El uso del color como variable flexible es común y efectivo, tanto para marcas minoristas como para empresas que necesitan reflejar cambios bien planificados.

Las formas flexibles dejan abierta una gran cantidad de oportunidades creativas donde el diseño de la marca gráfica puede adaptarse al tono de la marca para encajar en

diferentes contextos.

Planificar y diseñar un sistema de identidad visual es, por lo tanto, anticipar el juego de combinaciones posibles entre las constantes y variables que se conjugan con los signos de identificación visual, sin correr el riesgo de perder unidad visual. En general conviene considerar que las composiciones entre los elementos pueden ocurrir dentro de una estrategia rígida o, en el otro extremo, resolver la cuestión con una estrategia más lúdica o flexible.

El nivel de los elementos complementarios contempla los soportes estables, normalizables, de la visualización de mensajes. Coordinado con el otro nivel, este conjunto de elementos y funciones distintas se integran en las comunicaciones visuales de la empresa con un efecto sinérgico. Según Chaves (2007), la conciencia de la función identificatoria de los recursos físicos y abstractos de la empresa evoluciona desde el registro de los más específicos y evidentes hacia los menos determinados, hasta aquellos cuya función signica se conjuga con varias otras funciones. Para clarificar y normalizar tales conductas se establecen indicaciones de uso para las diferentes aplicaciones en un manual de normas, que siempre se entenderá como la guía principal de la identidad visual corporativa.

Publicado el 02/12/2013

Bibliografía:

- Chaves, Norberto (2007). *La imagen corporativa: teoría y práctica de la identificación institucional*. Gustavo Gili: Barcelona.
- Solas, Javier G. (2002). *Identidad visual corporativa: La imagen de nuestro tiempo*. Síntesis: Madrid.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/composicion-de-los-elementos-graficos-corporativos>

