



# REPRESENTACIÓN LOGOTIPOGRÁFICA

## clasificación

Universidad Autónoma del Estado de México  
Facultad de Arquitectura y Diseño  
Licenciatura en Diseño Gráfico

Unidad de Aprendizaje: Identidad Visual  
Material solo visión proyectable  
Elaborado por: L.D.G. Leticia Medina Chávez  
Octubre 2017



**OBJETIVO  
GENERAL**

**Que el alumno identifique las clasificaciones en las que puede recaer el logotipo, de forma que posteriormente le permita elegir la correcta aplicación para su proceso de diseño.**

**Que el alumno identifique el trabajo de identidad y marca de Diseñadores Gráficos Mexicanos para enriquecer su cultura visual.**



## PRESENTACIÓN

Frecuentemente los diseñadores gráficos usamos el término logotipo de manera general, aunque existen estudios que los clasifican y es importante identificar que es exactamente lo que se pretende cuando se realiza un diseño de identidad ya que así se logrará enfocar el proceso sin variantes que desvirtúen el objetivo de comunicación gráfica.

En el siguiente material se presenta una clasificación logotípica y además se muestra a Diseñadores Gráficos Mexicanos que han contribuido al diseño de identidad o marca.



# ÍNDICE



5	NOMBRE	19	DISEÑADORES MEXICANOS
6	SIGLAS	20	GOZALO TASSIER
7	ACRÓNIMO	21	JUAN CARLOS FERNÁNDEZ
8	EMBLEMA	22-23	ENTREVISTA
9	IDEOGRÁFICO	24	AGUSTÍN GOZÁLEZ GARZA
10	FONOGRAMA	25	ALEJANDRO MAGALLANES
11	MONOGRAMA	26	LUIS ALMEIDA
12	TIPOGRAMA	27	VICENTE ROJO
13	LOGOGRAMA	28	FÉLIX BELTRÁN
14	LOGOTIPO	29	CONCLUSIONES
15	LETRAGRAMA	30	BIBLIOGRAFÍA/MESOGRAFÍA
16-18	MARCA	31	GUIÓN EXPLICATIVO

# NOMBRE

**Palabra o palabras** con que se designa a una empresa, corporación institución, para darla a conocer al público en general. Razón Social.



# SIGLAS

**Letra inicial** que se emplea como abreviatura de una palabra o palabras.

Son las iniciales utilizadas para representar el nombre de la empresa o institución.





# ACRÓNIMO

**Letra inicial con la primera vocal y consonante utilizada para representar el nombre de la empresa o institución.**



**Banamex**

# EMBLEMA

**Jeroglífico, símbolo, empresa** representada por alguna forma o figura, al pie de la cual se escribe algún **verso o lema** que declara el concepto o moralidad que encierra.





# IDEOGRAMA

Aplicase a la escritura en que **no se representan las palabras** por medio de signos fonéticos o alfabéticos, **sino las ideas** por medio de figuras o símbolos. Ejemplo: un león para expresar la idea de fuerza, una tortuga por lentitud.



# FONOGRAMA

Sonido representado por una o más letras.

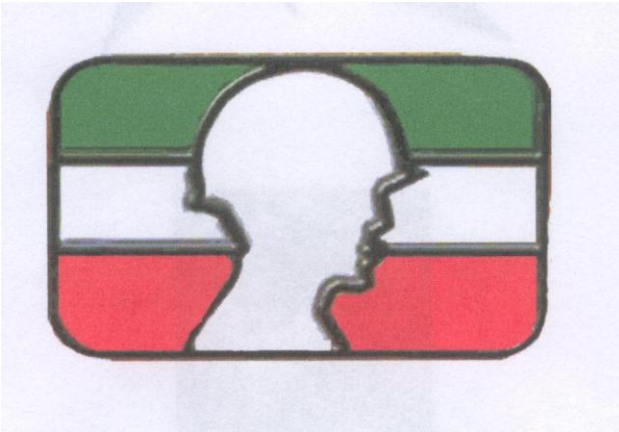
**Palabra e imagen que se conjugan** para generar un solo concepto.

(Leo la palabra paloma y veo la imagen de una paloma)



# MONOGRAMA

**Una sola imagen.** Imagen representativa de un solo género.



# TIPOGRAMA

Cifra formada **con la o las principales letras** del nombre de una empresa o institución.

El signo **se construye única y exclusivamente con formas tipográficas** que interactuando entre sí generan una imagen.



# LOGOGRAMA

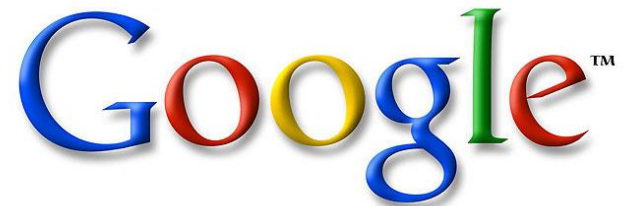
Todo lo que expresamos por medio de imágenes gráficas que **no tienen sonido propio**, son íconos y signos gráficos en alta abstracción, que nos evocan a formas naturales y artificiales.



# LOGOTIPO

**Palabra o palabras** que por su diseño característico, sirve para identificar a la empresa o el servicio a que corresponde.

Tratamiento tipográfico, con un diseño específico, de la razón social de una empresa o institución, buscando una personalidad diferente y propia.





# LETRAGRAMA

**Forma de la letra,** modo particular de escribir con que se distingue lo escrito por una persona.

*Pierre Cardin*®  
PARIS



# MARCA

Consiste en ese rasgo, huella o grafismo, que se asume como signo singular que **distingue** a una cosa de otra.

**Jeep**®







# MARCA

**Según la RAE** (*Real Academia Española*):

**-Marca:** Señal hecha en una persona, animal o cosa, para distinguirla de otra, o denotar calidad o pertenencia.

**-Marca de fábrica:** Distintivo o señal que el fabricante pone a los productos de su industria, y cuyo uso le pertenece exclusivamente.



# MARCA

**-Marca registrada:** Marca de fábrica o de comercio que, inscrita en el registro competente, goza de protección legal.

*La marca se suele definir también como el conjunto de elementos gráficos (logotipo, isotipo, etc.) que definen a una empresa, institución o producto.*



**DISEÑADORES  
GRÁFICOS  
MEXICANOS**



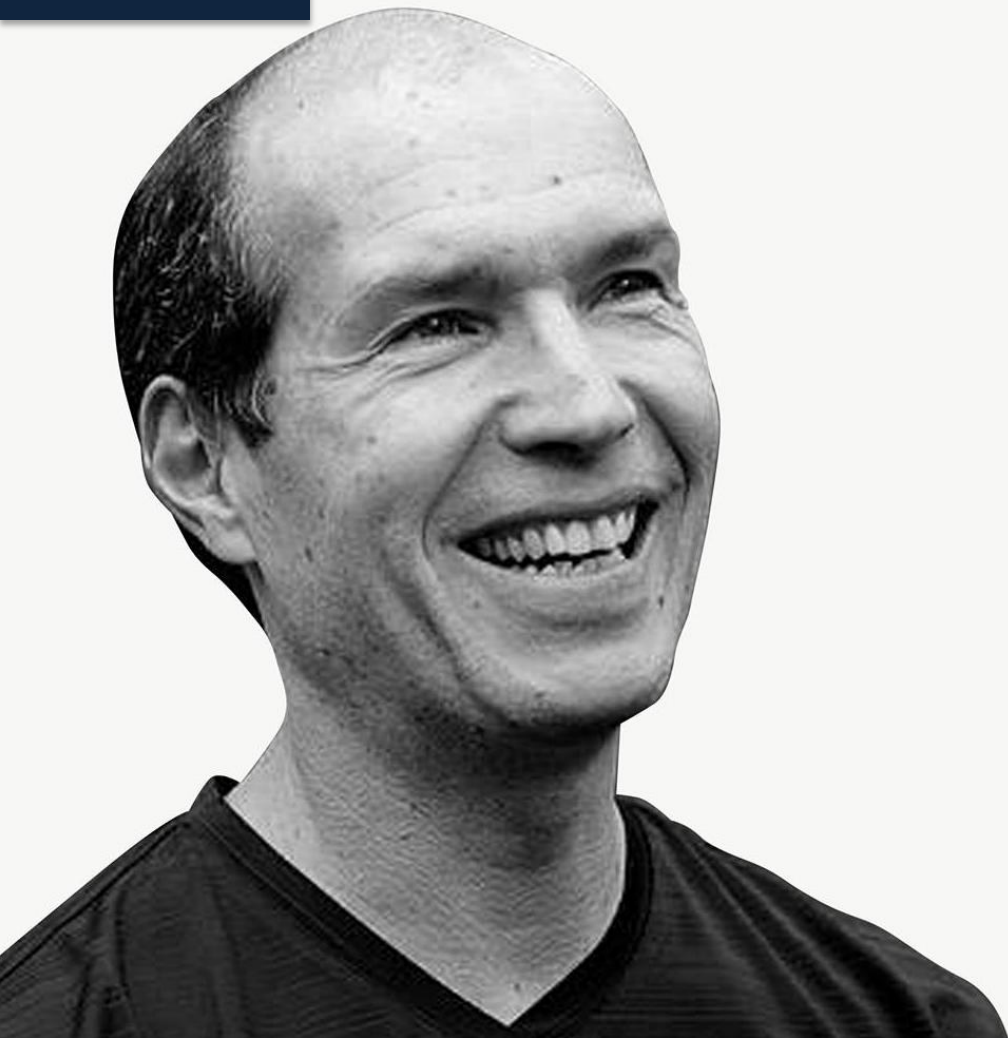
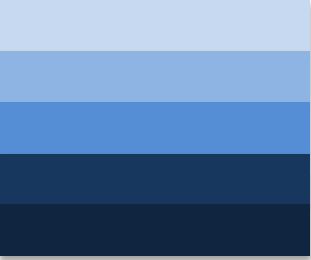
*Esta parte de la presentación nos muestra a DISEÑADORES GRÁFICOS MEXICANOS, que han contribuido de manera significativa al diseño de identidad o marca. Es importante reconocer su labor y trayectoria en el diseño gráfico.*



# GONZALO TASSIER

DISEÑADOR GRÁFICO PROFESIONAL Y PUBLICISTA DE LA CIUDAD DE MÉXICO, QUIEN CREÓ VARIOS LOGOTIPOS Y MARCAS MUY CONOCIDAS EN MÉXICO. [WWW.RETORNOTASSIER.COM.MX](http://WWW.RETORNOTASSIER.COM.MX)





# JUAN CARLOS FERNÁNDEZ

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DE MÉXICO Y MAGÍSTER EN IDENTIDAD CORPORATIVA DEL ART CENTER COLLEGE OF DESIGN, EE.UU.

FIEL A SUS IDEALES Y LA IDENTIDAD DE SUS RAÍCES.



## *¿Cuáles son los errores más comunes que cometen algunos diseñadores al momento de encarar un proyecto de diseño?*

- Lo que yo he aprendido de mis errores es:
- No trabajes para un cliente que no respetes y admires
- No pienses que la idea llegará sin buscarla.
- No te enamores prematuramente de una idea.
- No muestres nada al cliente que no te guste (que la basura se quede en tu basurero).
- No copies
- No trabajes especulativamente



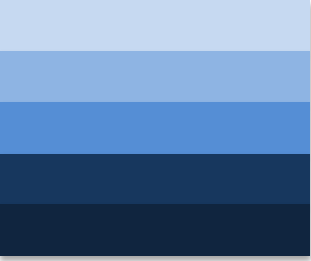
***¿Qué consejo darías a una persona que está por elegir esta carrera o empezando a trabajar en ella?***

Explora todo el universo del diseño, ten la experiencia de diseñar un libro, una página web, una app, una marca, un empaque, un uniforme, un cartel, un folleto, los títulos de una película, una señalización..., explora todas las expresiones posible que pueden nacer del diseño gráfico.

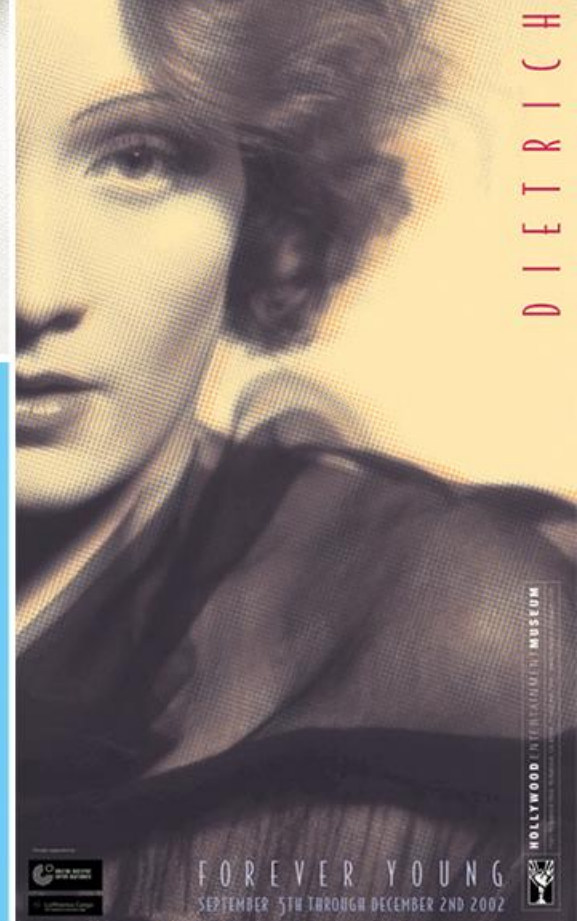
Después trabaja para todo tipo de clientes, regálate la oportunidad de descubrir que el diseño es la perfecta excusa para conocer gente maravillosa que te abre las puertas para conocer su historia, sus sueños, sus temores y sus certezas. Siente cómo impactas positivamente; siente orgullo al recibir un agradecimiento por ayudar al éxito; detecta cómo solucionas un problema.

En el proceso reconoce si eres más feliz trabajando solo o en equipo, si disfrutas más el complemento de otras disciplinas o la colaboración de especialistas similares a ti.

Al tener claras estas tres cosas: especialízate en el área que más te guste; busca a los clientes que más te atraigan; y rodéate de la gente que más te enriquezca. Tu vida será más plena y feliz, tu trabajo será mejor, tus clientes estarán más contentos, y los proyectos te llegarán solos. Y colorín colorado.

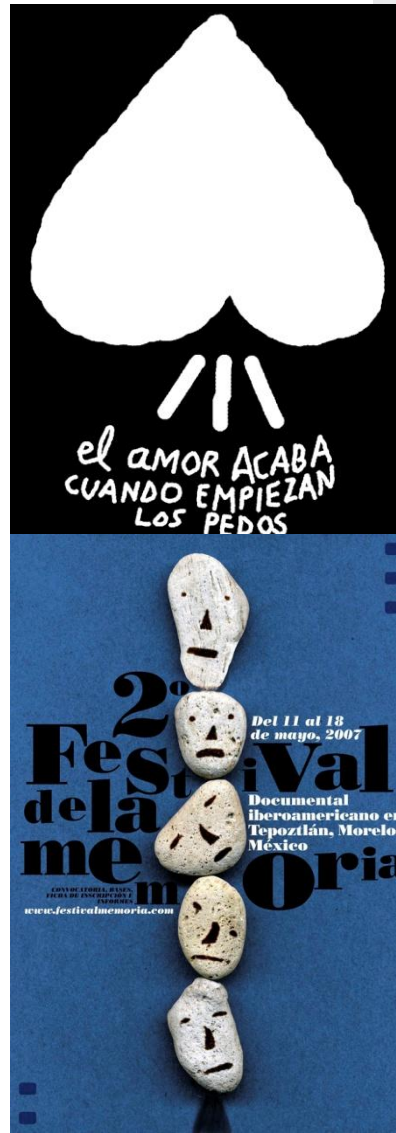
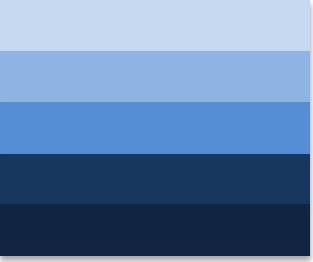


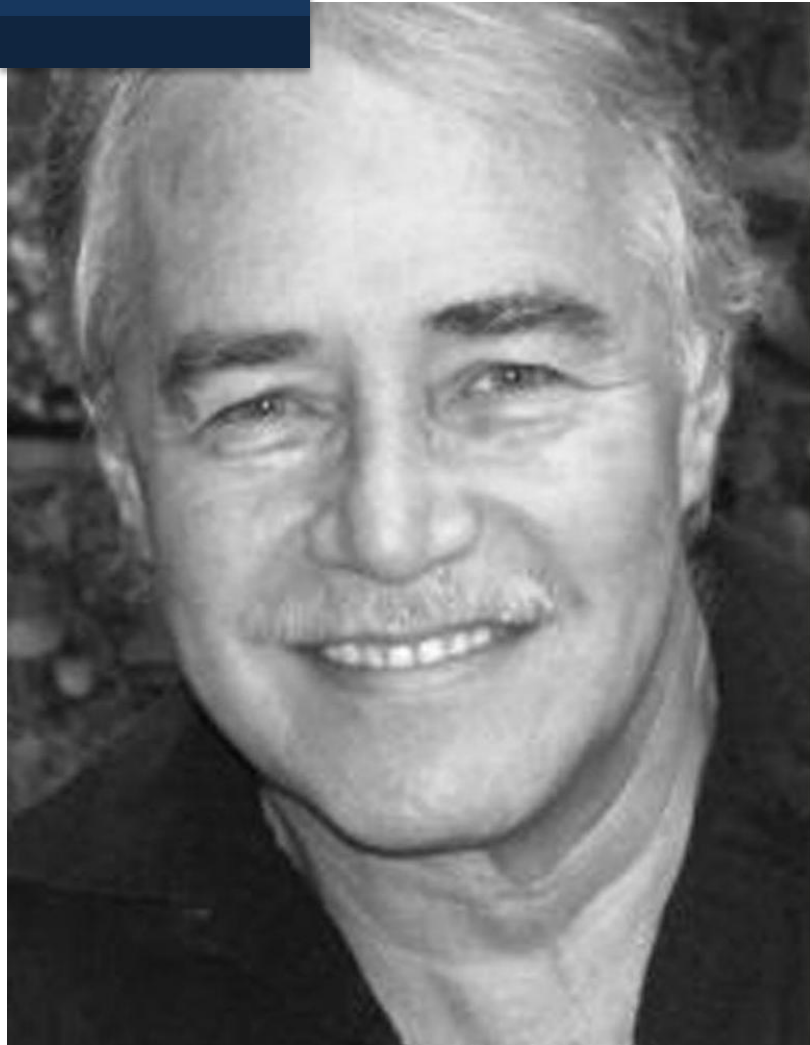
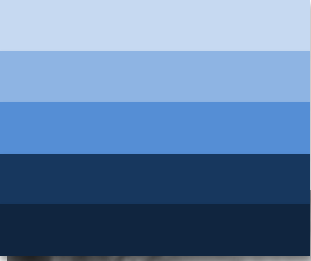
# AGUSTÍN GONZÁLEZ GARZA





# ALEJANDRO MAGALLANES





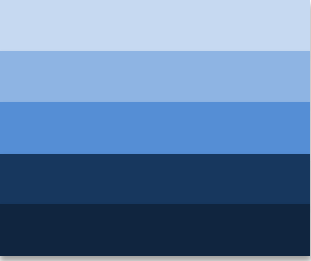
# LUIS ALMEIDA

SU LABOR HA ESTADO LIGADA A LA CULTURA; FESTIVAL CERVANTINO, LIBROS DE TEXTO GRATUITOS DE LA SEP, UNIVERSIDADES Y CENTRO DE ESTUDIO ASÍ COMO A DIVERSAS CAMPAÑAS SOCIALES Y POLÍTICAS.



**INSTITUTO  
NACIONAL PARA  
LA EDUCACIÓN  
DE LOS ADULTOS**





# VICENTE ROJO

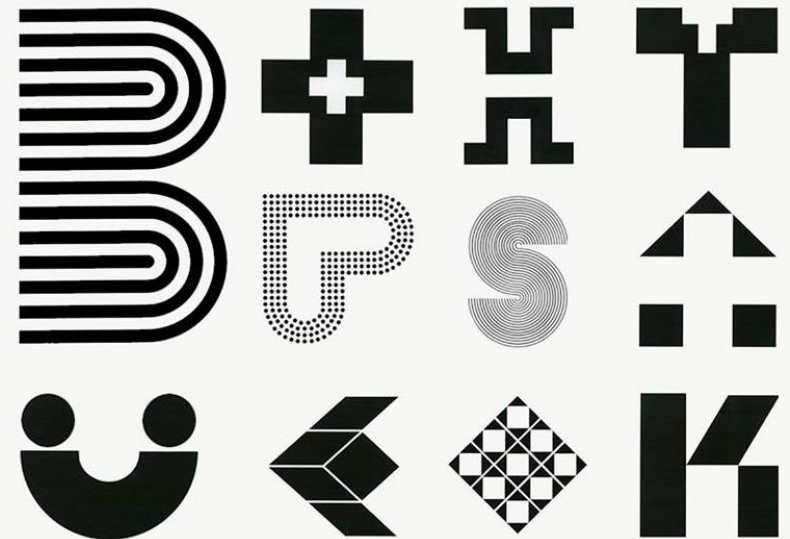
PINTOR Y ESCULTOR MEXICANO, AUNQUE NACIDO EN BARCELONA, ESPAÑA, CIUDAD EN LA QUE HIZO SUS PRIMEROS ESTUDIOS DE ESCULTURA Y CERÁMICA.





# FÉLIX BELTRÁN

NACIDO EL 23 DE JUNIO DE 1938 EN LA HABANA , CUBA  
ES UN CUBANO ARTISTA. HA TENIDO UNA IMPORTANTE  
CARRERA COMO DISEÑADOR GRÁFICO, PINTOR, DIBUJANTE  
Y GRABADOR.





# Conclusiones

Al entender según las necesidades de comunicación gráfica qué es lo que se habrá de producir como objeto de una identidad o marca se podrá elaborar un proceso más objetivo y enfocado a un resultado específico de dicha clasificación.



# Bibliografía

Pol, Andrea. (2005) Secretos de marcas, logotipos y avisos publicitarios. Simbolismo gráfico, espacial y cromático. Ed. DUNKEN. Buenos Aires

Rodríguez, Abelardo (2010) Logo qué?. Ed. Siglo XXI. México

# Mesografía

<http://tentulogo.es/blog/diferencias-entre-logotipo-isotipo-imagotipo-marca-imagen-corporativa-identidad-visua/>



# GUIÓN EXPLICATIVO

**Diapositiva 1.** Datos generales

**Diapositiva 2.** Se describe el objetivo general

**Diapositiva 3.** Presentación general del tema

**Diapositiva 4.** Índice

**Diapositiva 5.** Definición de NOMBRE con ejemplo

**Diapositiva 6.** Definición de SIGLAS con ejemplo

**Diapositiva 7.** Definición de ACÓNIMO con ejemplo

**Diapositiva 8.** Definición de EMBLEMA con ejemplo

**Diapositiva 9.** Definición de IDEOGRÁFICO con ejemplo

**Diapositiva 10.** Definición de FONOGRAMA con ejemplo

**Diapositiva 11.** Definición de MONOGRAMA con ejemplo

**Diapositiva 12.** Definición de TIPOGRAMA con ejemplo

**Diapositiva 13.** Definición de LOGOGRAMA con ejemplo

**Diapositiva 14.** Definición de LOGOTIPO con ejemplo

**Diapositiva 15.** Definición de LETRAGRAMA con ejemplo

**Diapositiva 16-18.** Definición de MARCA con ejemplo

**Diapositiva 19-28.** Se abarca el tema de Diseñadores Gráficos mexicanos y sus trabajos de identidad o marca

**Diapositiva 29.** Conclusiones

**Diapositiva 30.** Bibliografía

**Diapositiva 31.** Guión Explicativo