



BRANDING
DISEÑO DE IDENTIDAD



POR SIL ALMADA

DISEÑO DE IDENTIDAD



Cada programa de identidad de marca engloba un lenguaje visual global, el cual que podrá expresarse a través de todas las aplicaciones. Con independencia del medio, una aplicación necesita funcionar de manera armónica. El desafío es lograr el equilibrio adecuado entre una expresión flexible y la consistencia del mensaje.

En la secuencia de la percepción visual, el cerebro lee el color después de registrado como forma y antes de procesar su contenido. Por tal motivo, la elección del color o tono, que se utilice para el diseño de identidad de una marca, requiere un profundo análisis de la teoría del color. El color seleccionado genera un vínculo directo con la visión de la marca para que defina: cómo quiere ser percibida y cómo puede diferenciarse del resto.

La construcción de la arquitectura de una marca cumple un rol interesante dentro del canal de comunicación percibido, puesto que puede utilizarse para: unificar la identidad de marca; Clarificar la estructura a partir de la selección de tonos o colores: un color principal asignado al símbolo y otro color secundario asignado al logotipo o al tagline (eslogan).

“El color crea emoción, es el detonante de la memoria y nos aporta sensaciones”.

- Gael Towey

Director creativo, Martha Stewart Living Ommimedia

El color define y colabora en la expresión de la personalidad de la marca, a través de la estimulación que genera su recordación o presencia en la mente del consumidor (Top of mind). El color, también se utiliza para evocar emociones, gracias a las diferentes connotaciones que representa en la diversidad de culturas. (1)

PSICOLOGÍA DEL COLOR EN LAS MARCAS

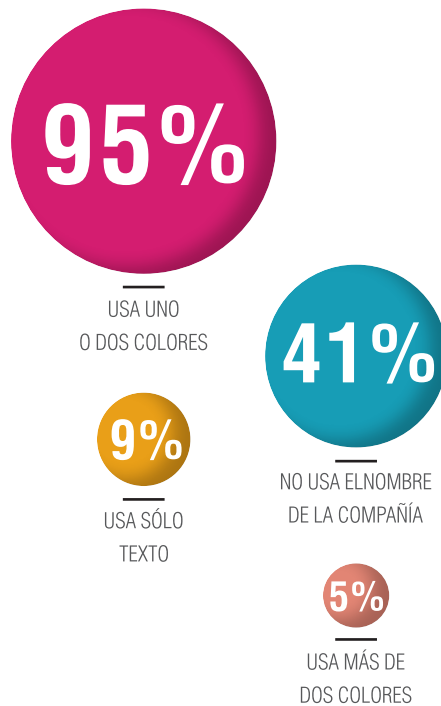
¿QUÉ EMOCIÓN O ESTIMULO DESPIERTAN LOS COLORES?



PARTICIPACIÓN DEL COLOR EN EL DISEÑO DE MARCAS:

El color puede mejorar la comprensión, el aprendizaje y la lectura. De hecho, los anuncios en color son leídos 42% más que los que están en blanco y negro. (2)

Es por ello que, a la hora de diseñar un logotipo o la identidad de una marca, es muy importante tener en cuenta que los colores son principalmente generadores de sensaciones: despiertan cierta emoción en la percepción de quienes recibimos el mensaje.



Holi conmemora la llegada de la primavera. Se celebra al día siguiente de la luna llena de principios de marzo. Es una conmemoración simbólica de una leyenda de la mitología hindú, que se asocia al amor inmortal entre los dioses Krishna y Radha. El Holi es dedicado a Krishna en el norte de la India y a Kama en el sur.

El festival se inicia con las hogueras callejeras, que según la tradición limpian el aire de malos espíritus y malas energías simbolizando la quema purificadora de la diosa malvada Holika. El día siguiente, conocido como Rangapanchami, comienza el gran festejo popular. La gente se viste de blanco y todo el mundo comienza a jugar arrojándose polvos de colores en las calles de los pueblos y ciudades.

El Holi está señalado especialmente por las animadas procesiones que son acompañadas por música folclórica, baile y un ambiente general de gran alegría y diversión.

● **¿Cuál es el significado de los pigmentos de colores?**

- VERDE: representa la armonía
- NARANJA: el optimismo
- AZUL: la vitalidad
- ROJO: la alegría y el amor

ORIGINALMENTE EL FESTIVAL HOLI
CELEBRABA LA BUENA COSECHA
Y LA FERTILIDAD DE LA TIERRA.



MY HOLI 2016
PRÓXIMO FESTIVAL EN BA:
05. NOVIEMBRE



WWW.ALMATRENDS.NET
NEWS@ALMATRENDS.NET
+54 11 4777 4342
@ALMATRENDS