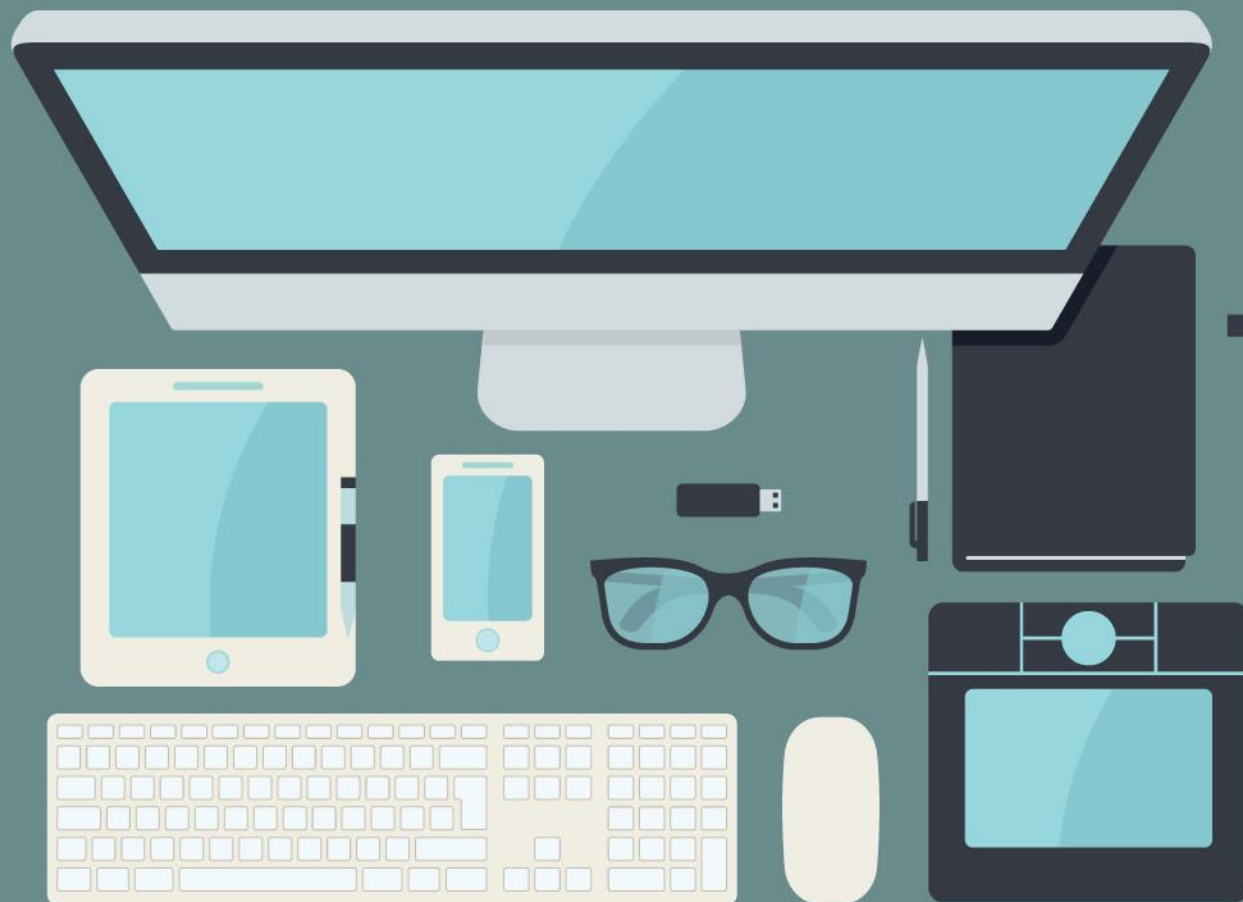


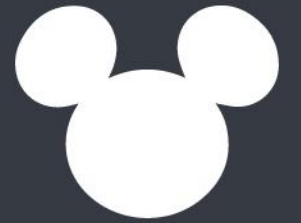


TIPOS DE MARCA

LOGOTIPO

Logo = Palabra, regularmente un logotipo es aquel que se identifica por el texto, no con la imagen como tenemos conocimiento generalmente.

Este término, a pesar de ser el más común, suele ser el mal mencionado, ya que a menudo es confundido con términos como marca o imagotipo. Realmente sólo sería apropiado hablar de logotipo cuando nos refiramos a formaciones de palabras en conclusión sólo aquellos que se limiten al uso exclusivo de solo tipografía.



Disney

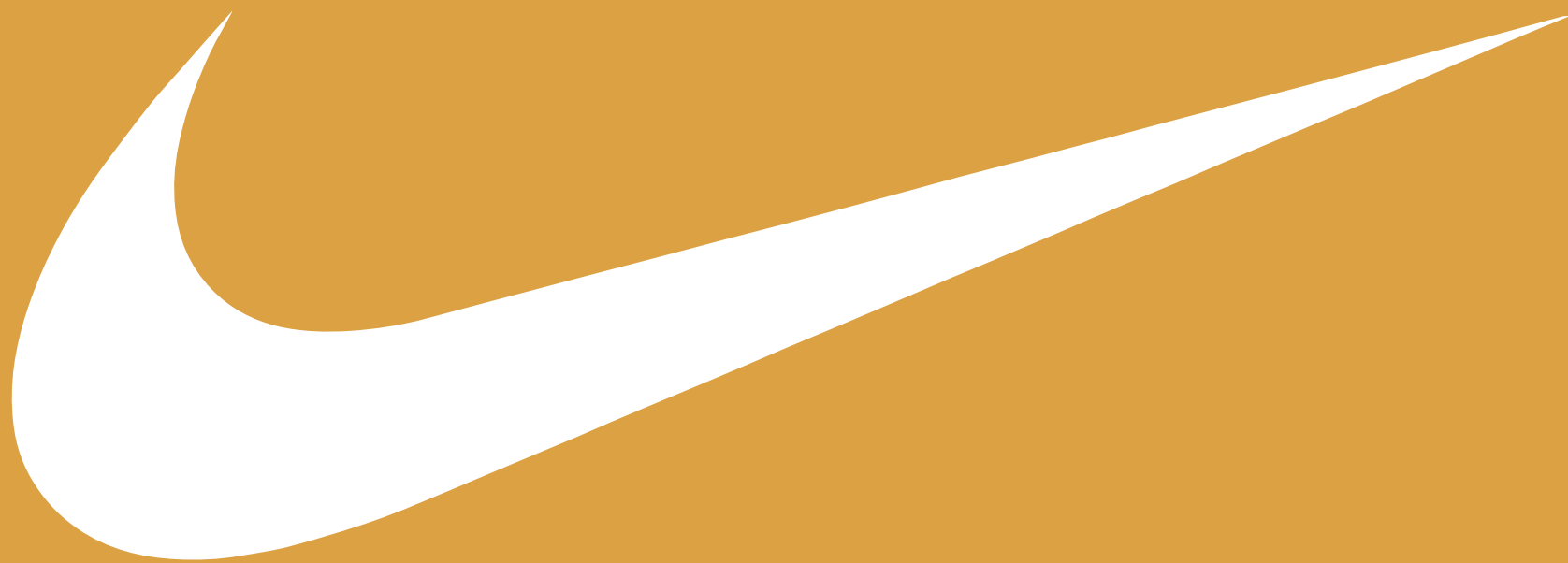
Coca-Cola®

A stylized illustration of a hand holding a smartphone. The phone's screen is white and displays the word "ISOTIPO" in a bold, orange, sans-serif font. The background of the entire image is a solid orange color.

ISOTIPO



El isotipo se refiere a esta parte simbólica o icónica de las marcas. En branding, hablamos de isotipo cuando reconocemos la marca sin necesidad de acompañarla de ningún texto. Etimológicamente "iso" significa "igual", es decir, se intenta equiparar un icono a algún aspecto de la realidad. Isotipo sería únicamente un símbolo, y además éste sería entendible por sí mismo.





IMAGOTIPO

Un imagotipo es un conjunto icónico-textual en el que texto y símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado.



MOTOROLA

ISOLOGO

En este caso, el texto y el icono se encuentran fundidos en un solo elemento. Son partes indivisibles de un todo y sólo funcionan juntos.

No podemos separar las partes del identificativo de Burguer king, ya que se trata de un conjunto cuyos elementos perderían su sentido en caso de presentarse aislados.



