

Especialidad

Identidad de marca

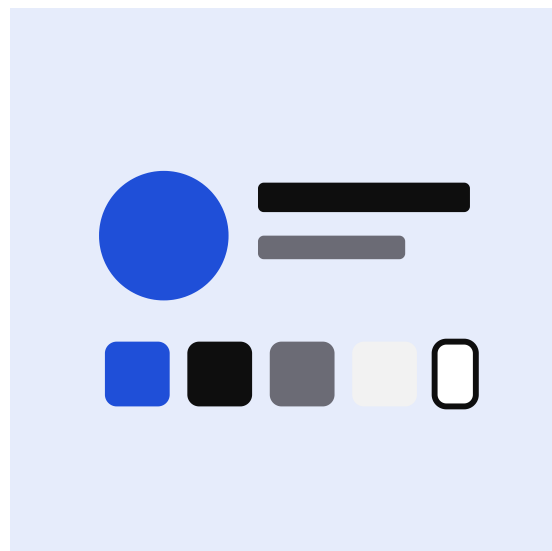
Diseña el sistema visual y verbal de una marca (logotipo, colores, tipografía, imágenes y tono) y las reglas para usarlo en todas partes.

En inglés

Brand identity design

Origen

Olins (1989); Wheeler (2003)



Qué problema aborda

Si cada pieza usa la marca a su manera, deja de reconocerse.

Aplicaciones en diseño

✓ Úsalo así

Prueba la identidad en las piezas reales: una app, un cartel, una factura.

✗ Evita

Entregar un logotipo sin reglas de uso.

👁 Para no caer

La identidad envejece: revisala, pero sin perder lo que la hace reconocible.

Principios

Un sistema

No es solo un logotipo: son piezas que funcionan juntas.

Con reglas

Un manual que dice cómo y cuándo usar cada pieza.

Flexible

Funciona en una pantalla pequeña y en un edificio.

Autores y obras

Wally Olins (1989)

Mostró cómo la identidad hace visible la estrategia de una organización.

Alina Wheeler (2003)

Describió el proceso completo para crear y mantener una identidad de marca.

Conexiones

Se usa en

Diseño gráfico
Disciplina

Sistema de diseño
Artefacto

Relacionado con

Diseño generativo
Especialidad

Semiótica
Campo de conocimiento

Tipografía
Especialidad

Fuentes

Fuentes originales

- Olins, W. (1989). Corporate identity: Making business strategy visible through design. Thames and Hudson.

Fuentes secundarias

- Wheeler, A. (2003). Designing brand identity: A complete guide to creating, building, and maintaining strong brands. Wiley.

Última revisión: 22 de octubre de 2026