

### 1. Identificación y categorización de la marca.

identificación de la marca y de su categoría como signo.

**Marca:**

**Naming:**

**Fase:**

**período:**

#### 1.1 La marca como signo, es una:

Marca con una X la casilla correspondiente.

- |   |  |                                  |
|---|--|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> forma logotipada | <input type="checkbox"/> forma simbólica | <input type="checkbox"/> isotipo |
| <input type="checkbox"/> imagotipo        | <input type="checkbox"/> personaje       | <input type="checkbox"/> marca   |

#### 1.2 ¿Qué elementos gráficos componen permanentemente a la marca?

Marca con una X las opciones correspondientes.

- |                                   |                                    |                                  |
|-----------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> logotipo | <input type="checkbox"/> naming    | <input type="checkbox"/> símbolo |
| <input type="checkbox"/> eslogan  | <input type="checkbox"/> personaje |                                  |
| <input type="checkbox"/> otros:   | <input type="text"/>               |                                  |

Según la consulta de la bibliografía existente de distintos autores y trabajos realizados; como Vico (2009); a través de García, E. (2014), se entiende por el concepto de **“Caligrafía”** a una composición tipográfica realizada a mano de manera espontánea, sin seguir una norma como la línea de base o la altura de x, ascendentes o descendentes, más bien respetando marcas los rasgos pertinentes de cada letra, es decir, aquellos elementos esenciales que hacen reconocible una grafía de otra, y con un estudio morfológico previo y por lo tanto dependen del flujo y el ritmo de la pluma o el pincel (Martin, 1996), “como expresión del autor a través del instrumento en trazos firmes y seguros que estarán definidos por las cualidades de la herramienta utilizada”, “exige una práctica larga y disciplinada”, pues la constancia y repetición del oficio llevarán al ejecutor a la perfección del trazo. **“Lettering”** también se refiere a una composición tipográfica realizada a mano de manera espontánea, cuya diferencia con la caligrafía radica en que existe una preparación y estudio de la forma que es llevada a bocetos, permitiendo al diseñador redibujar y corregir su composición, velando más por la composición más que los trazos y el uso de la herramienta. **“Rotulado”** es la utilización manual de instrumentos como regla, compás o tiralíneas para generar caracteres similares a alguna familia tipográfica, existiendo una regularización de la forma con el objetivo de acercarse a un canon establecido, lo que la hace menos expresiva que el lettering, y con normas claras dadas por la familia a la cual se emula (altura de x, cuadratín, interletrado, etc). **“Escritura manuscrita”** a la escritura vulgar, cotidiana y a mano alzada de caracteres y textos tipográficos. Es la escritura cotidiana, sin prevalecer ni la estética ni la perfección de los trazos.

### 1.3 El logotipo de la marca se presenta como:

Marca con una X la casilla correspondiente.

- |                          |                       |                          |                      |                          |                     |
|--------------------------|-----------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | Lettering             | <input type="checkbox"/> | Tipografía display   | <input type="checkbox"/> | monograma           |
| <input type="checkbox"/> | Caligrafía            | <input type="checkbox"/> | Rotulación manual    | <input type="checkbox"/> | Tipografía de texto |
| <input type="checkbox"/> | tipografía manuscrita | <input type="checkbox"/> | escritura manuscrita | <input type="checkbox"/> | Rotulación digital  |

1.4 Entendiendo el concepto de **“tradicional”** a las fuentes tipográficas de carácter más orgánico, ornamental (serifas), contrastada, formas más complejas y con una amplia variación de los trazos y de aspecto más regular, continuo y recortado, simulando a la pluma (en el caso de las tipos script); y **“moderno”** en tipografía a las fuentes caracterizadas por la abstracción geométrica (que negaba el ornamento y el simbolismo) primando el minimalismo, funcionalismo y el racionalismo mediante una regularización geométrica del código tipográfico (letras basadas en formas simples, geométricas y regulares (círculo, cuadrado, triángulo), eliminación de los ornamentos (serifas), simplificación del contraste, ritmo y espaciado (espacios llenos y vacíos / forma y contraforma) las terminaciones (trazos terminales), homogeneización de los contrastes (contraste nulo), trazos de mismo valor, trazos monótonos y monolineales y de aspecto más casual, informal y de trazos más espontáneos, simulando trazos de pincel y lápiz (en el caso de las tipos script) (Gálvez, F; 2007):

**El logotipo de la marca se percibe:**

Marca con una X la casilla correspondiente.

- |                          |         |                          |             |
|--------------------------|---------|--------------------------|-------------|
| <input type="checkbox"/> | Moderna | <input type="checkbox"/> | Tradicional |
|--------------------------|---------|--------------------------|-------------|

# Ficha Tipo

## 1.5 La marca como signo, corresponde a:

Marca con una X la casilla correspondiente.

icono

símbolo

index

mixto

## 2. Análisis Morfológico de la marca.

Descripción, cuantificación y calificación de la presencia del código morfológico en la marca.

### 2.1 Icono topológico: representación lineal de la marca.

### 2.2 Descripción de la morfosintaxis (descripción de la estructura formal de la marca)

#### 2.2.1 Forma perimetral en que se inscribe la marca:

Marca con una X la casilla correspondiente.

cuadrada

circular

triangular

rectangular

poligonal

volumétrica

irregular

tipo de polígono

tipo de volumen

dibujar la forma

#### 2.2.2 Sentido perimetral de la marca (su disposición en el espacio):

Marca con una X la casilla correspondiente.

vertical

horizontal

diagonal

mixto

¿cuántos tipos de alineaciones se perciben?

¿cuáles son?

### 1.5 El grozor del trazo se presenta como:

Marca con una X la casilla correspondiente.

monolineal regular

monolineal irregular

contraste regular

contraste irregular

### 2.2.3 Cuantificación y categorización de los elementos visuales de la marca:

Marca con una X la casilla correspondiente.

¿Existe la presencia de elementos lingüísticos?

si

no

¿cuántos? (cantidad de palabras)

¿cuáles son? (nombrar las palabras)

¿Existe la presencia de elementos no lingüísticos?

si

no

¿cuántos?

¿cuáles son? (dibujar las figuras/formas que se perciben)

Número total de elementos visuales en la marca

### 2.2.4 ¿Existe algún contenedor para la marca?

si

no

Si la respuesta fue positiva: ¿de qué forma geométrica se presenta?

cuadrada

circular

triangular

rectangular

poligonal

volumétrica

irregular

tipo de polígono

tipo de volumen

dibujar la forma

## 2.3 Extracción del ícono estructural (análisis descriptivo de la grilla)

Número total de filas presentes en la grilla

Número total de columnas presentes en la grilla

Número total de iconos topológicos (elementos visuales) presentes en la marca

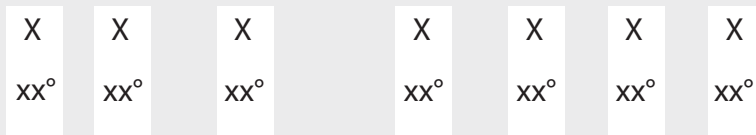
## 2.4 Análisis interfigural / intrafigural

### 2.4.1 Trazado de los ejes de alineación en la marca.

Trazar con una línea, los principales ejes de alineación de los elementos visuales presentes en la marca.

### 2.4.2 Trazado de los ejes de inclinación en la marca.

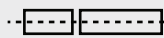
Trazar con una línea, los ejes de inclinación que marcan la posición de los elementos visuales presentes en la marca.




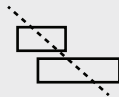
### 2.4.3 Medida (en grados) de los ejes de inclinación de los caracteres tipográficos:

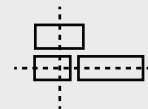
### 2.4.3 La marca en general, tiene una alineación respecto al eje:

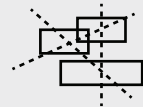
Marca con una X la opción correspondiente.

 horizontal, paralelo al eje X

 vertical, paralelo al eje Y

 diagonal

 mixta (elementos distribuidos tanto en el eje X como Y)

 irregular (grilla desordenada)

### 2.4.4 Grado de inclinación de los caracteres tipográficos:

Marca con una X la opción correspondiente.

 muy descendente

 descendente

 recto

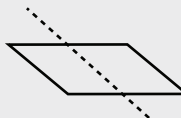
 ascendente

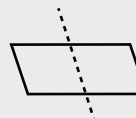
 muy ascendente

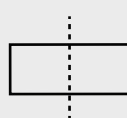
 mixto

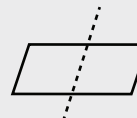
### 2.4.5 Grado de inclinación de la marca en general:

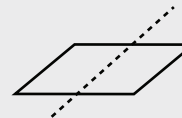
Marca con una X la opción correspondiente.

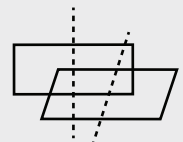
 muy descendente

 descendente

 recto

 ascendente

 muy ascendente

 mixto

### 2.4.6 En general, los ejes de alineación en toda la marca tienden a ser:

Marca con una X la casilla correspondiente.

paralelos entre sí

convergentes (hay dos o más ángulos de inclinación distintos)

### 2.4.7 En general, los ejes de inclinación en el logotipo de la marca tienden a ser:

Marca con una X la casilla correspondiente.

paralelos entre sí

convergentes (hay dos o más ángulos de inclinación distintos)


## 2.5 Trazado de perfiles, tipologías (agudos, suaves, mixtos).

Identificación, cuantificación, descripción y categorización de los tipos de bordes presentes en la marca.

### 2.5.1 Arquitectura de borde (tipo de borde perimetral en que se inscribe la marca):

Marca con una X la casilla correspondiente.


recto 


curvo 


### 2.5.2 Tipología de borde: Logotipo

En el logotipo de la marca, se perciben bordes:


Marca con una X la casilla correspondiente.


agudos 

suaves 

mixtos 

En el caso de que sean mixtos: existe una mayor predominancia de bordes:


agudos 


suaves 


### 2.5.3 Tipología de borde: imagotipo (signo)

En el imagotipo de la marca, se perciben bordes:


Marca con una X la casilla correspondiente.


agudos 

suaves 

mixtos 

En el caso de que sean mixtos: existe una mayor predominancia de bordes:


agudos 


suaves 


### 2.5.4 Tipología de borde: marca (en general)


En el total de la marca, existe una predominancia de bordes:


Marca con una X la casilla correspondiente.

agudos 

suaves 

mixtos 

agudos 

suaves 



### 3. Análisis Tipográfico de la marca.

Descripción, cuantificación y calificación de la presencia de la tipografía en la marca.

#### 3.1 Aislamientos espaciales (discontinuidad lineal en la distribución del texto)

Encierra en un recuadro y enumera los aislamientos espaciales existentes.

#### 3.1.1 ¿Existe la presencia de aislamientos espaciales en la marca?

Marca con una X la casilla correspondiente.

 si no ¿cuántos?

¿Qué función cumplen cada uno? (información que presentan)

1
2
3
4
5
6

### 3.2 Cambios de caracteres tipográficos

Encierra en un recuadro y enumera los cambios tipográficos identificados.

#### 3.1.1 ¿Existe la presencia de cambios de caracteres tipográficos en la marca?

Marca con una X la casilla correspondiente.

 si

 no

 ¿cuántos?

#### 3.2.1 ¿Dentro de qué categoría-subcategoría tipográfica se enmarca(n) la(s) fuente(s) identificada(s)?

Marca con una X la categoría y subcategoría correspondiente.

FUENTE N°1

 Serif  
**Serif**
 Sans serif  
 (palo seco)  
**Sans Serif**
 Manuscrita  
*Maniferita*
 Display  
**EXHIBICIÓN**

- romana clásica **Clásico**
- de transición **transición**
- romana antigua
- modernas **Didona**
- glíficas **GLÍFICO**
- caligrafiadas
- mecanas **Egipcia**
- clarendon **Clarendon**
- italianas
- rounded **Extremos redondeados**

- grotescas **Grotesca**
- geométricas **Geométrica**
- humanísticas **Humanística**
- de contraste **Contraste**
- informal **Informal**
- híbrida **Híbrida**
- rounded **Terminación Redonda**
- bauhausiana **Bauhaus**
- ajustada **Ajustada**

- brush **BRUSH**
- caligráfica
- canceller **Chancery**
- casual **Casual**
- formal **Formal**
- semiformal **Semi-formal**
- gráfica **Gráfica**
- monolineal **Monolineal**
- gótica **Gótica**
- céltica **Céltica**

- antigua **Antigua**
- art nouveau **Art Nouveau**
- art deco
- decorativa **Decorativa**
- grunge **Gruge**
- fantasía **Fantasia**
- pop art **POP ART**
- de época **MASS MEDIA**
- esténcil **Esténcil**
- pixelada **Pixel**

- Lettering
- Rotulación
- Caligrafía
- Manuscrita

FUENTE N°2

Serif  
**Serif**

Sans serif  
(palo seco)  
**Sans Serif**

Manuscrita  
*Manuferito*

Display  
**EXHIBICIÓN**

romana clásica **Clásico**

grotescas **Grotesca**

brush **BRUSH**

antigua **Antigua**

de transición **transición**

geométricas **Geométrica**

caligráfica **Watts**

art nouveau **Art Nouveau**

romana antigua **Style**

humanísticas **Humanística**

canceller **Chancery**

art deco

modernas **Didona**

de contraste **Contraste**

casual **Casual**

decorativa **Decorativa**

glíficas **GLÍFICO**

informal **Informal**

formal **Formal**

grunge **Gruge**

caligrafiadas **Caligrafiado**

híbrida **Híbrida**

semiformal **Semi-formal**

fantasía **Fantasia**

mecanas **Egipcia**

rounded **Terminación Redonda**

gráfica **Gráfica**

pop art **POP ART**

clarendon **Clarendon**

bauhausiana **Bauhus**

monolineal **Monolineal**

de época **MASS MEDIA**

italianas

ajustada **Ajustada**

gótica **Gótica**

estencil **Estencil**

rounded **Extremos redondeados**

céltica **Medieval**

pixelada **Pixel**

Lettering

Rotulación

Caligrafía

Manuscrita

**3.2.2 Tipología del trazado: La(s) fuente(s) se caracteriza(n) por tener un trazado:**

Marca con una X la casilla correspondiente.

FUENTE N°1

tipografía  
monolineal

tipografía  
contraste

script  
monolineal

script  
contraste

lettering  
monolineal

caligráfico  
monolineal

caligráfico  
contraste

rotulado  
monolineal

rotulado  
contraste

lettering  
contraste

FUENTE N°2

tipografía  
monolineal

tipografía  
contraste

script  
monolineal

script  
contraste

lettering  
monolineal

caligráfico  
monolineal

caligráfico  
contraste

rotulado  
monolineal

rotulado  
contraste

lettering  
contraste

### 3.3 Identificación de familias tipográficas

#### 3.3.1 Las fuentes identificadas se encuentran clasificadas como:

Marca con una X las clasificaciones correspondientes.

FUENTE N°1

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Light                            |   |   |
| <input type="checkbox"/> <i>Light italic</i>              |   |   |
| <input type="checkbox"/> regular                          |   | <input type="checkbox"/> semi-condensed |
| <input type="checkbox"/> <i>italic</i>                    |   | <input type="checkbox"/> condensed      |
| <input type="checkbox"/> <i>oblique</i>                   | + | <input type="checkbox"/> normal         |
| <input type="checkbox"/> <b>bold</b>                      |   | <input type="checkbox"/> semi-extended  |
| <input type="checkbox"/> <b><i>bold italic</i></b>        |   | <input type="checkbox"/> extended       |
| <input type="checkbox"/> <b>Black</b>                     |   |   |
| <input type="checkbox"/> <b><i>Black italic</i></b>       |   |   |
| <input type="checkbox"/> <b>Extra Black</b>               |   |   |
| <input type="checkbox"/> <b><i>Extra Black italic</i></b> |   |   |

FUENTE N°2

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Light                            |   |   |
| <input type="checkbox"/> <i>Light italic</i>              |   |   |
| <input type="checkbox"/> regular                          |   | <input type="checkbox"/> semi-condensed |
| <input type="checkbox"/> <i>italic</i>                    |   | <input type="checkbox"/> condensed      |
| <input type="checkbox"/> <i>oblique</i>                   | + | <input type="checkbox"/> normal         |
| <input type="checkbox"/> <b>bold</b>                      |   | <input type="checkbox"/> semi-extended  |
| <input type="checkbox"/> <b><i>bold italic</i></b>        |   | <input type="checkbox"/> extended       |
| <input type="checkbox"/> <b>Black</b>                     |   |   |
| <input type="checkbox"/> <b><i>Black italic</i></b>       |   |   |
| <input type="checkbox"/> <b>Extra Black</b>               |   |   |
| <input type="checkbox"/> <b><i>Extra Black italic</i></b> |   |   |



### 3.5 Cambio de dimensión de los caracteres.

Enumere los cambios de dimensión tipográficos presentes en la marca, según su prioridad jerárquica (N° 1 = mayor jerarquía)

### 3.6.2 ¿existen cambios de dimensión de los caracteres en la marca?

Marca con una X la casilla correspondiente.

 Si No

### 3.5.1 ¿Qué función cumplen cada uno? (qué información entregan)

N°

### 3.6 Aposicionamiento de Rasgos Distintivos (elementos que destaquen a un texto)

**3.6.1 Identifique y enumere la presencia de aposicionamientos de rasgos distintivos presentes en la marca.**

**3.6.2 ¿existen aposicionamientos de rasgos distintivos en la marca?**

Marca con una X la casilla correspondiente.

Si

No

**3.6.3 Si la respuesta fue positiva, ¿A qué forma geométrica corresponde cada uno?**

Marca con una X la casilla correspondiente.

N°

1  área de relleno

subrayado

marco

2  área de relleno

subrayado

marco

**3.6.4 ¿qué función cumplen cada uno? (qué información presentan)**

Marca con una X la casilla correspondiente.

N°

1

2