

Fuente: Academia, UDLAP

Fecha: 19 de agosto, 2013.

Identidad e identidad gráfica, una sutil diferencia

Autor: Mtro. Juan Mauricio Audirac Camarena, Profesor del Departamento de Diseño de Información, UDLAP.

La palabra identidad es un término que se usa a menudo cuando hablamos de comunicación gráfica, sin embargo, no siempre es utilizada en el contexto adecuado. Es común referirse a la identidad corporativa de una institución, empresa o negocio como la solución gráfica con la que se resuelve un logotipo, así como sus variadas aplicaciones en materiales diversos. Esta confusión de términos entre cliente y diseñador merece una reflexión.

La identidad es un concepto más amplio y cuando hablamos de identidad o imagen de una institución, empresa o marca, partimos del beneficio obvio que proporciona cualquier identidad: ser visto, pero sobre todo ser visto diferente a los demás. Al mismo tiempo, la identidad debe ser la conjunción de historia, ética, filosofía de trabajo y todo aquello con lo que una organización se identifica.

Otra aproximación al concepto de identidad, desde el punto de vista corporativo, la describe como el conjunto de atributos que una organización quiere proyectar para ser reconocido. Existen dos atributos básicos: los que los individuos consideran que toda organización o producto debe poseer, porque son los mínimos indispensables para poder actuar y sobrevivir en el mercado; y los atributos discriminatorios, que son los que permiten a un individuo una diferenciación entre las organizaciones existentes en el sector. No son necesarios para poder existir pero representan un enorme beneficio para el producto o institución.

Estos atributos discriminatorios son los que realmente establecen la identidad de una empresa y es lo que la hace ser diferente de las otras. El éxito de una identidad e imagen corporativa consiste en saber explotar y transmitir las diferencias que fortalecen a una institución o producto de sus competidores.

Haciendo un paralelismo con una persona, podríamos mencionar que existen dos tipos de identidad: la implícita y la explícita. Se define a la identidad implícita a las características de la personalidad que se van creando y moldeando a lo largo de los años (carácter, personalidad). La identidad explícita se define como un producto especializado de la personalidad (oficio, carrera, profesión). La identidad implícita o personalidad es más estable que la explícita y tiene raíces más profundas, basadas en el temperamento adquirido a lo largo de los años. Cuando no existe una coherencia entre ambas identidades, surgen los enfrentamientos y las indefiniciones. La identidad

explícita se debe generar de manera natural, a partir de la implícita sin entrar en conflictos. De ahí la importancia de que ambas identidades sigan un mismo discurso.

La importancia de conocer y establecer claramente cuál es la identidad de una organización, empresa o marca, es fundamentales para poder representarla con una adecuada identidad gráfica.

Tags: [comunicación gráfica](#), [Identidad](#), [identidad corporativa](#), [empresa](#), [producto](#)

Acerca del autor: Mauricio Audirac estudió la licenciatura en Diseño Gráfico en la Universidad de las Américas, Puebla donde concluyó sus estudios en 1994. De 1998 a 2001 vivió en Fort Worth, Texas donde comenzó a trabajar en la experimentación del scanner para el desarrollo de gráfica digital en los talleres de Texas Christian University (TCU) .Cursó la Maestría en Diseño de Información en la Universidad de las Américas Puebla (2006). Sus proyectos de diseño han sido acreedores de diversos premios, entre los cuales destacan Mención de Plata Categoría de Cartel, Premio Quorum (2004). Proyectos finalistas en Concurso Revista a! Diseño (2004). Catálogo de Arte, Portada de libro de Arte y Cartel. Cartel Finalista Premio Quorum 2003. Mención de Plata Premio Quorum (2002). Categoría Libro de Arte. 2do. Lugar Categoría Libro de Arte. Revista a! Diseño. Sus carteles han sido seleccionados para exposiciones en el Museo Mexicano de Diseño de la Cd. De México en el 2009 y 2010. Sus proyectos artísticos han sido seleccionados en el 1er. 3er. 4to, 7o. y 8o Encuentro Estatal de Arte Contemporáneo de Puebla, así como en la Bienal de Arte Objeto José Luis Cuevas. Actualmente es profesor de Tiempo Completo del Departamento de Diseño de Información. Imparte los cursos de Tipografía, Infografía, Identidad y Marca. Ha realizado consultoría profesional a clientes como SEM Materials México, Inmobiliaría Linden, CMIC Puebla, Grupo UNE, Tenaris Tamsa, entre otros.