

Identidad visual de la publicación escolar

Teresa Tsuji



Nos encontramos ante la tarea de proponer a nuestros alumnos la **elección de un nombre para el periódico**. Esta elección es importante pues es la que define lo que se denomina la **imagen corporativa** de este emprendimiento, que trascenderá los muros de las aulas.

El nombre del periódico es una parte de esa imagen, ya que supone una historia, una idea, un proyecto, un compromiso. La tarea de elección del nombre es el punto de partida para interesar e involucrar a los estudiantes en el proyecto.

Una vez que tenemos el nombre se presenta la cuestión de la **IDENTIDAD VISUAL**. La identidad visual es en verdad sólo una parte de la imagen corporativa. Según Joan Costa (2007), es el *conjunto coordinado de signos visuales por medios de las cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución*.

La identidad visual se compone de los siguientes elementos:

- Logotipo:

Es la **grafía particular** con la que se escribe el nombre de la empresa, en este caso el nombre del periódico. Se elige una tipografía, o se diseñan las formas de las letras, como si fuera un dibujo.

- Ícono:

Es la **figura** distintiva de la empresa. Se trata de una marca gráfica, un símbolo.

- Color:

Es la gama cromática que la empresa adopta como distintivo.

La búsqueda del nombre es también definir qué somos, qué queremos hacer, cómo lo queremos hacer... Estamos hablando de la **visión**, de los **valores** y de la **misión** que nos proponemos con el periódico.



Para ello, para animar a los alumnos, se les pueden mostrar ejemplos de otros periódicos escolares. Es como mostrarle la "competencia", es decir tomar idea de lo que en el ámbito comercial o institucional sería mirar lo que en el campo de nuestro interés hacen los "otros".

Una vez logrado el consenso con el nombre, se debe trabajar sobre la forma y colores, que son las otras dos partes señaladas de la identidad visual.

El **nombre del periódico funcionará como la marca** que le otorgará identidad. Es como el nombre que eligen las grandes corporaciones para identificarse.

LA MARCA: ¿Qué propiedades debería tener una buena marca?

Simplicidad: Economía de recursos sin pérdida de función y calidad.

Pregnancia: Capacidad de captación y reconocimiento inmediato de las formas.

Legibilidad: Comprensión rápida y correcta de las formas.

Identificación y diferenciación: distinción del elemento como único en su contexto.

Persuasión: Inducción empática y seductora de la forma.

Originalidad: Aplicación de nuevas soluciones y recursos únicos.

Perdurabilidad: Posibilidad de permanencia y actualidad al margen de modas. Vigencia de estilo.

La identidad visual del periódico escolar podría estar basada en la identidad visual de la ESCUELA si la hubiere, o a partir de la identidad del periódico, la ESCUELA podría ir construyendo su propia identidad visual. Por lo tanto, se debería tener en cuenta si hay colores que la caractericen, si existe algún logotipo o escudo o si hay alguna tipografía que pudiera tomarse como base.

Bibliografía:

Joan Costa (2007) "IDENTIDAD CORPORATIVA" Editorial Trillas: México