

Rediseño de marcas

PEC.2 Proyecto I: Identidad y marca

Sara Beato Martín - Aula 1

01.

La marca

Elección

La marca escogida para realizar el rediseño será Barraquer. El motivo de la elección se basa, principalmente en un factor muy importante en el diseño de una marca gráfica. La pregnancia y por tanto, la simplicidad de elementos del diseño. Por ello, he visto en la marca una oportunidad de rediseño.

Barraquer

El Centro de Oftalmología Barraquer es una institución médica líder en la prevención, el diagnóstico y el tratamiento de enfermedades oculares. Ofrece asistencia oftalmológica integral a pacientes de todo el mundo gracias a un equipo médico de oftalmólogos altamente especializados y de prestigio profesional. Además, el Centro diversifica su actividad con otras áreas: formación, investigación y labor social.

Con una constante actualización, Barraquer conserva su esencia y sigue desarrollando el proyecto original, consolidando su posición de referencia internacional y de excelencia en su especialidad.

Su historia

Durante 140 años, la familia Barraquer se ha dedicado al cuidado de la salud ocular. El Profesor Ignacio Barraquer, miembro de la segunda generación de oftalmólogos, ha pasado a la historia por ser un visionario y apostar en plena posguerra española por la construcción del Centro de Oftalmología Barraquer, el primer hospital en España dedicado exclusivamente al tratamiento de afecciones visuales.

La inauguración del Centro en 1941 creó un polo de atracción internacional por el éxito y la repercusión de su labor médica.

El Centro, tras casi 80 años de éxito y atraer a pacientes de todo el mundo, sigue desarrollando el proyecto original y ha consolidado su trayectoria, marcada por la aportación de revolucionarias técnicas y tratamientos que lo han llevado a ser reconocido como una entidad pionera en su especialidad.

02.

Análisis – Marca gráfica



Marca gráfica original

La marca debe su emblema y logotipo a la gran afición de su fundador por Egipto. El profesor Ignacio Barraquer, quien viajaba con frecuencia a Egipto, decidió que el Ojo de Horus sería el símbolo perfecto para su clínica.

El Ojo de Horus es uno de los amuletos más extendidos por todo el oriente próximo.

Se tiene la creencia de que contrarresta los efectos del mal de ojo, en especial la protección del alma de los muertos y la vista de los vivos.



Atributos y evolución

Desde la creación de la institución, en 1947, su marca gráfica ha experimentado cambios para adaptarse a las diferentes necesidades de la misma.

En la actualidad, la institución emplea ciertos subtítulos en sus marcas gráficas, para diferenciar los diferentes ámbitos de la propia institución. Encontramos una marca mucho más simplificada, dejando de lado una representación tan figurativa del Ojo de Horus. Aunque sin perder su esencia.

Composición y debilidades

La marca gráfica se compone de un logotipo y imagotipo, es decir, por una parte el nombre de la institución y por otro lado su símbolo. Ambos actúan juntos. Aunque en ocasiones, por motivos de visibilidad solo se utiliza el símbolo. Dejando así el nombre de la marca. Lo que podría complicar su comprensión, además de dificultar su pregnancia.

03.

Propuestas de rediseño

BARRAQUER

BARRAQUER

BARRAQUER

BARRAQUER

04.

Análisis – Propuesta rediseño

Objetivos

La idea principal que quería cumplir con el rediseño de la marca era dotarla de **más pregnancia**. Para ello, he eliminado elementos que tienen un grado menor de importancia, con respecto al nombre.

Por otro lado, la gran trayectoria de la institución y la gran popularidad del símbolo de la marca gráfica. Hacen que Barraquer pueda simplificar los elementos de su marca y mantener el entendimiento de la misma. Haciendo el logotipo más simple y pregnante y teniendo más durabilidad en el receptor.

Forma y estructura

La estructura del logotipo ahora se compone del logo, (el nombre de la entidad) y el símbolo integrado en el mismo. Mucho más simplificado, pero manteniendo su identidad. De esta forma, tiene importancia lo realmente importante y la marca gráfica se despoja de elementos sobrantes. Aumentando así su legibilidad.

El símbolo se integra con la letra A y hace la marca gráfica más horizontal, menos pesada y más equilibrada.

Color y tipografía

La **tipografía** sigue siendo la misma, **Century Gothic**, haciéndola esta vez un poco más gruesa. Lo que compensa el peso el peso visual del símbolo.

En cuanto al **color**, sigue siendo azul, pero una mezcla de los dos azules corporativos. Dándole un aspecto más renovado a la marca gráfica.

Dependiendo del soporte, la marca gráfica se utilizará en blanco o en su color corporativo.



BARRAQUER

05.

Propuesta final

BARRAQUER

BARRAQUER