

Qué dicen los creadores de la nueva Marca Argentina

Por Anita Chalu

¿Por qué es tan simple?, ¿tiene relación con el gobierno?, ¿es una copia de Mashable?



«Se entiende pertinente actualizar el diseño original de la «Marca Argentina» en función de los valores que la misma debe representar para contribuir a la producción de mensajes cohesionados, claros y que

coadyuven al éxito y buen desarrollo de la misma a nivel nacional e internacional».

Con este argumento el gobierno argentino anunció la creación y puesta en vigencia de la nueva marca país, el 9 de Marzo de 2018, reemplazando así la marca existente, que había sido resultado de un concurso público ganado por los diseñadores Guillermo Brea, Alejandro Luna y Carolina Mikalef, y que años después sería re-estilizada por la empresa FutureBrand, contratada en forma directa.



La primera Marca Argentina diseñada por Brea, Luna y Mikalef (a la izquierda) y el rediseño realizado por FutureBrand (a la derecha).

La nueva marca se anunció mostrando apenas un par de imágenes de la marca gráfica, lo cual dio lugar a muchas especulaciones. Hasta hace poco apenas sabíamos que la fuente tipográfica seleccionada pertenece a la familia Gotham Rounded, y que el círculo representa al mundo y la letra «A» la ubicación de la argentina (al sur). Esto último se deduce de la consigna expresada por el Gobierno al hacer el anuncio: «insertar la imagen del país en el exterior». Finalmente trascendió que el diseño que identificará esta nueva iniciativa fue contratado, otra vez en forma directa, a la firma FutureBrand, y se conocieron más detalles gráficos del proyecto.





Argentina



Argentina



Argentina



Argentina



Argentina



Argentina



Como suele ocurrir cada vez que se dan a conocer proyectos de este tipo, se armó un gran revuelo. Para conocer la opinión de los autores del proyecto y aclarar las principales cuestionamientos que se le hicieron, entrevistamos a Gustavo Koniszczew, Managing Director para Hispanoamérica de FutureBrand. Le preguntamos, primero que nada, ¿por qué buscaron un sistema gráfico tan simple?

«La simpleza visual que se puede percibir en las aplicaciones que por el momento se han deslizado en algunos espacios o mismo en algunas comunicaciones de prensa, no dejan ver todavía la potencia visual del sistema. Quizás hoy es percibido como simple, pero su contracara es la contundencia. A ello debe sumarse la frecuencia y la consistencia que esperamos se cumpla a futuro, y en ese sentido, lograremos una ecuación que genere conocimiento, familiaridad y las asociaciones buscadas para la marca».

Definió al nuevo símbolo como «un visor por donde pasa todo lo que el país tiene para compartir y mostrar, pero siempre con la referencia de la «A» que marca la ubicación del país en el mundo». Consecuentemente, el uso principal del símbolo será contener fotografía y video. Al consultarle sobre la cercanía del proyecto con algunas de las variables de la comunicación visual de Cambiemos —la coalición que gobierna al país en la actualidad—,

Koniszczewski respondió:

«Quizás puede ser una hipótesis para pensar, sin embargo durante el proceso de trabajo el foco estuvo en audiencias externas —las vinculadas con el turismo, la promoción de exportaciones y la atracción de inversiones— y en ese sentido, para dichas audiencias, la posible similitud o parentesco no se haría conceptualmente efectiva».

En cuanto a la pregunta sobre un posible «plagio» respecto del símbolo de Mashable:

««Plagio» como palabra determina una aseveración audaz e irresponsable. No lo ha habido, y además habría que preguntarse si ambas marcas comparten las mismas audiencias, las mismas industrias, los mismos canales, entre otras cosas. Además es mentira que Mashable tenga ese círculo como isotipo. Es solo su avatar de twittear, que son todos circulares. El logo es otro».



El logotipo de Mashable y avatares en diversos colores para sus muchas cuentas sociales (a la izquierda). Avatares emplazados en Twitter, donde todos los avatares se inscriben en un círculo, y Facebook (a la derecha).

Compartimos a continuación más imágenes sobre el proyecto y un breve video. Ahora que el proyecto va saliendo a la luz y con estas respuestas de parte de los autores del proyecto, el debate sobre la nueva marca argentina podría enriquecerse. ¿Cuál es tu opinión?









Publicado el 05/04/2018

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/que-dicen-los-creadores-de-la-nueva-marca-argentina>

