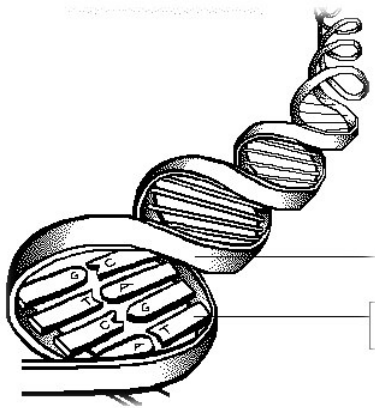


Sobre la Imagen Corporativa*

En los procesos de creación de Imagen Corporativa, se traslada usualmente la confusa traducción del término Corporate Identity del que, supuestamente, es extraído. Como sabemos, una imagen puede ser efímera, intrascendente, bien o mal diseñada (en los casos en que la misma lo sea), lo importante para estos fines es que la misma perdure en el inconsciente colectivo, se construya, se repita hasta lograr su cometido. La identidad, en cambio, usa los argumentos de la imagen, pero además necesita nutrirse de otras fuentes. La identidad, como la del hombre, tiene un componente genético, un ADN, sellado desde su nacimiento (diseño, en este caso) y otro hecho de circunstancias como la experiencia, el tiempo y la interrelación.

Aclarado esto, podemos delimitar nuestra tarea a la de construcción del ADN de una identidad (corporativa). Somos capaces de determinar el color de sus ojos y cabello o su altura, elementos que harán a su imagen e, indirectamente, a su identidad. No podemos, sin embargo, prever sus experiencias con el paso del tiempo, sólo intuir las, tratar de direccionarlas.



La Identidad Corporativa se consigue a través de la repetición porfiada e incansable de imágenes, de actitudes, de relaciones y de espacios (ambientes). Los modos de conseguirla son proporcionalmente más eficaces mientras más fiel se mantenga una estrategia y, de más está decirlo, mientras esa estrategia sea más genuina y mejor conformada (un buen ADN).

Nuestro proyecto apunta al uso de elementos necesarios por excelencia, prescindiendo casi totalmente de la gráfica como recurso, logrando lugares asimilables y repetibles a todas las experiencias posibles que imponga el medio.

El proyecto se sustenta en la adaptabilidad de sus partes a la conformación de un todo (ambiente) con una

inconfundible personalidad. Dicha habilidad de adaptación es considerada desde los componentes del sistema y su capacidad de generar lugares en las más diversas situaciones de implantación (formas, dimensiones y situaciones de los locales a disposición).

Ricardo Sargiotti

**en ocasión de la presentación de un proyecto
2002*