

IDENTIDAD CORPORATIVA. HISTORIA, TEORÍA Y UN ANTECEDENTE CREADO EN COLOMBIA DURANTE EL SIGLO XIX

**COPORATE IDENTITY. HISTORY, THEORY, AND A CREATED ANTECEDENT
IN COLOMBIA DURING THE NINETEENTH CENTURY**

23

JAIRO ALFREDO BERMÚDEZ CASTILLO

Doctor en Historia de América Latina, Mundos Indígenas, Universidad Pablo de Olavide, España. Máster en Educación, IPLAC Cuba. Especialista en Docencia Universitaria, Universidad del Rosario. Técnico Profesional en Publicidad, Ce-art. Profesional en Diseño Gráfico, Universidad Jorge Tadeo Lozano. Profesor Titular del Programa de Publicidad de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. jairoa.bermudezc@utadeo.edu.co - jairobermudez@hotmail.com

RESUMEN:

La Identidad Corporativa, ocupó su espacio entre finales del siglo XIX y mitad del XX en Norteamérica y Europa. Luego, el oficio de diseñar marcas llegó a Colombia en los años 60's con pioneros como Dicken Castro y David Consuegra. Posteriormente, la taxonomía de esta idea "Identidad Corporativa", pudo verse desde la perspectiva de una actividad procesual y sistematizable que logró identificar un todo empresarial, resumido visualmente por los elementos del diseño gráfico. Ese marco conceptual fue elaborado por especialistas como Joan Costa, Norberto Chávez, Toulemonde, Olins y otros; quienes han escrito sobre ello desde los 70's en distintos países. Teniendo en cuenta lo anterior, se escribió este artículo como resultado de investigación, cuyo objetivo fue avanzar hacia una teoría e historia del tema en Colombia, desde el siglo XIX. La metodología consistió en compilar datos historiográficos de notas de campo y notas de textos de historiadores, artistas y diseñadores.

PALABRAS CLAVE:

Identidad corporativa, Historia del Diseño Gráfico, Colombia.

ABSTRACT:

The corporate identity concept was developed between the second half of 19th century and the first half of the 20th in the U.S.A and Europe. The craft of designing brands arrived to Colombia in the 60's, led by Dicken Castro and David Consuegra, pioneers of the profession in the country. Later, the taxonomy of this concept would be seen as a process and a system implemented in all businesses, visually summarized by the graphic design elements. This conceptual framework was made by experts like Joan Costa, Norberto Chávez, Toulemonde, Olins, and others; all of whom have written about this topic since the 70's. This paper was written based on the above as a result of a research which goal was to contribute to the construction of a theory and history around the topic in Colombia, starting on the 19th century. The implemented methodology included historiographical data collected in fieldwork, and a compilation of notes from books written by historians, artists and graphic designers.

KEYWORDS:

Coporate Identity, Graphic Design History, Colombia.