

LA MARCA Y EL LOGOTIPO

Edufuturo

Las marcas y los logotipos son de gran utilidad para los vendedores con tal de que puedan impulsar la venta de sus productos. Ahora desde el punto de vista sociológico y cultural, estos son símbolos de distinción social que arrastran a sus portadores a un tipo de espiral simbólica donde lo que prevalece no es la etiqueta del producto, sino la etiqueta social del sujeto que la compra en el mercado y la muestra en sociedad.

Las marcas se conocen como signos distintivos que hacen que se reconozca un producto. Las marcas presentan de alguna manera valores añadidos, pero también establecen diferencias simbólicas. Funcionan como anzuelos que identifican y reclaman al consumidor. No es lo mismo un par de zapatos de ADOC que un par de zapatos de PAYLESS.



Por ello las marcas nos permiten identificar a quién lo porta y al producto, por lo que éstas dependen de la vida simbólica y cultural que le dan los hombres y mujeres.

Gracias al logotipo, las marcas se representan de manera visual y así consiguen llegar de manera más rápida al público. Los logotipos son el icono que hacen la diferencia entre todas las marcas.

Un buen logotipo puede tener como grandes cualidades la simplicidad conceptual y de forma. Lo que se pretende es conseguir un símbolo que de tal forma que aquella persona que lo vea pueda identificar de qué se trata y recordarlo. Posteriormente, podrá con mayor facilidad, evitar confusiones con otras marcas y relacionarlo con lo que busca.



McDonalds tiene un logotipo que cumple todas las funciones de diferenciación, memoria y asociación.

El logotipo está conformado por cuatro elementos:

- **El logotipo:** traducción tipográfica del nombre.
- **El símbolo:** una imagen.
- **Un sistema de colores:** elegido para representar el logotipo y el símbolo.
- **Un sistema tipográfico:** que es utilizado para escribir el nombre.

Observando la evolución que tienen los logotipos o los logosímbolos de las empresas, sus colores y las tipografías, hace posible el poder reconocer las principales etapas de su historia. A lo largo del tiempo se han registrado cambios gráficos y expresivos ligados sobre todo a tres factores:

- la adaptación a los gustos del público.
- la necesidad versátil derivada de tener que aplicar los logotipos a diferentes soportes y superficies.
- Las posibilidades técnicas, que no siempre han sido las mismas.

Evolución del logotipo de Pepsi



REFERENCIAS

<https://pixabay.com>

<http://www.stockvault.net/free-photos>

<https://www.shutterstock.com>