

LA MARCA Y EL LOGOTIPO

Las marcas y los logotipos sirven a los vendedores para impulsar la venta de sus productos y desde un punto de vista sociológico y cultural, sirven como símbolos de distinción social, y arrastran a sus portadores a una espiral simbólica donde lo que prevalece no es la etiqueta del producto que porta la marca, sino la etiqueta social del sujeto que la compra en el mercado y la luce en sociedad.

Las marcas son signos distintivos que permiten reconocer a un producto y conllevan a connotaciones afectivas. Ayudan a establecer diferencias simbólicas. Las marcas presentan asociadas valores añadidos como el lujo, la elegancia... Funcionan como señuelos que identifican y reclaman al consumidor. No es lo mismo tener un bolso Tous que un bolso de MISAKO ya que si tienes un bolso Tous das a los demás la sensación de que tienes un cierto poder adquisitivo. Por ellos las marcas nos permiten identificar a quien 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 visualmente y así consiguen llegar al público. Los logotipos son el icono diferenciador de las marcas.

Desde siempre la simplicidad conceptual y de forma son las cualidades que ha de tener un buen logotipo. Lo que se pretende es conseguir crear un símbolo de tal forma que quién lo vea sepa identificar de qué se trata, recordarlo, posteriormente, con mayor facilidad, para evitar confusiones con otras marcas y relacionarlo diferenciación, memoria y asociación y si lo consigue contribuirá a configurar una personalidad, el valor o valores del producto y a proyectar la imagen que se desea que el público tenga de él.



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

El logotipo es una composición formada por cuatro elementos:

- **El logotipo:** que es simplemente la traducción tipográfica del nombre.
- **El símbolo:** una imagen o emblema.
- **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 de los logotipos o logosímbolos de las empresas, sus colores y tipografías, es posible reconocer las principales etapas de su historia, incluso la evolución del sector y del mercado. A lo largo del tiempo se han ido registrando cambios gráficos y expresivos ligados sobre todo a tres factores: la adaptación a los gustos de los públicos, la necesaria versatilidad derivada de tener que aplicar los logotipos a diferentes soportes y superficies y las posibilidades técnicas, que no siempre han sido las mismas.



Evolución del logotipo de Pepsi