

Mira estos logos publicitarios que fueron muy controversiales

El Ciudadano · 17 de septiembre de 2015



Para una marca, el logo se convierte en una parte fundamental de su empresa. Es la carta de presentación, lo que le da cimientos y vuelve fuerte al resto la ideología y posicionamiento. Es una de las maneras en las que el consumidor llegará a lo que sea que se esté promoviendo o vendiendo. Por este motivo, una empresa necesita un gran análisis e investigación para que su idea sea clara, concisa y precisa. Las

empresas multinacionales pagan millones de dólares por la construcción de su logo, y no es para menos, pues éste se basará en el significado que la empresa quiera transmitir y cómo quiere que los demás la vean. La mayoría de nosotros somos capaces de identificar, por lo menos, 10 logotipos de las marcas más famosas y con eso logran que la gente hable de ellas.

Sin embargo, existen algunas empresas de las que se han hablado y se han posicionado en la mente de los consumidores por el desastre que ocurrió al realizar o transformar su logo. A ellas dedicamos este conteo, pues, seguramente, en este momento quisieran haber cambiado lo ocurrido y lograr realizar otra cosa que conectara con el público y no fuera a través de la polémica como se diera a conocer.

Procter and Gamble



Las letras P&G no fueron el primer logo de la empresa multinacional. Hubo un tiempo en el que había una luna con cara de hombre que era acompañada por las estrellas del cielo, el que, según la empresa, quería decir que eran capaces de llegar a la vida del consumidor en cualquier parte de su día y romper barreras generacionales. Por años el rumor aseguraba que P&G practicaba satanismo por los símbolos que algunos aseguraban ver en su luna.

Los rumores comenzaron a esparcirse en la década de los 80, cuando aseguraban que el hombre en la luna era una representación del diablo; con un “666” escondido.

En los 90 el logo cambió radicalmente y sólo utilizaron las letras P&G como parte de su emblema. Y en 1995 recibió una compensación de 19.25 millones de dólares de su competidor Amway por empezar el rumor.

Juegos Olímpicos 2012

London 2012

El 4 de junio de 2007 fue revelado el logo para los Juegos Olímpicos de 2012. La polémica fue grande y provocó una disputa en las redes sociales porque parecía un ataque a la población musulmana. Irán amenazó con boicotear los juegos si el logo no cambiaba. Según Teherán los números irregulares parecían deletrear la palabra “zion”, una conspiración contra los enemigos de los israelís.

IHOP

ihop

Tras 20 años de permanecer con el mismo logo, la cadena de restaurantes IHOP decidió realizar una nueva versión del mismo. Agregó una simple sonrisa que hacía aterradora la visión de las letras. Muchos calificaron que se trataba de una broma de mal gusto en la que parecía haber una persona desequilibrada y sin calma, como si el personaje hubiera ingerido una mezcla de anfetaminas y cafeína.

Tec de Monterrey

tec de monterrey

El logo del Tec de Monterrey se convirtió en víctima de críticas atroces a través de las redes sociales después de ser rediseñado. En él buscaron representar la nueva visión de esta institución educativa que se transforma para un mundo mejor. Los alumnos de la escuela también levantaban la voz y lo único que pudo decir la institución fue que el otro logo se utilizará para usos oficiales.

Instituto de ciencias orientales

instituto de ciencias orientales

Con este logo, el Instituto buscaba retratar a un templo delante del sol, sin embargo, el resultado obtenido fue un tanto diferente y obsceno.

British Petroleum

british petroleum logo

La compañía de petróleos británica alcanzó la cifra más cara en el diseño de su nuevo logo con 200 millones de dólares. Sin embargo, el resultado no fue el esperado, puesto que después de presentarlo la compañía tuvo que enfrentar la crítica de decenas de grupos ambientalistas por el uso del color verde y amarillo que parece formar una flor.

University of California

university of california

En 2012 la Universidad de California decidió cambiar de logo para que representara su nuevo sistema de identidad. El público entero se desplomó sobre la Universidad al considerar que el nuevo logo parecía un inodoro. De este modo, la Universidad decidió suspenderlo.

Juegos Olímpicos Tokio 2020

tokio 2020 logo

El martes primero de septiembre de 2015, el comité organizador de los Juegos Olímpicos anunció que no utilizaría el logotipo oficial diseñado por Kanjiro Sano porque había sido plagiado. La letra T y el signo de igual invertido fue una copia del logo del Teatro de Lieja, de Bélgica, diseñado por Olivier Debie.

Vía: <http://culturacolectiva.com>

Fuente: [El Ciudadano](#)