

La simplicidad y la durabilidad son dos características necesarias en un Logo triunfador. Cada una de ellas beneficia a la empresa o al Logo de diferente manera. Veamos cómo lo hacen y con qué objetivo.

Simplicidad: una regla de oro del diseño dice “cuanto más complejo es un elemento, más difícil de recordar”. La capacidad que un diseño tiene para grabarse en la memoria de los consumidores es gran parte de su éxito o fracaso. Es decir que un diseño genial que no puede ser recordado de nada sirve, aunque, claro está, un diseño fácil e recordar pero que es horrendo es tan malo o peor. Lo importante al momento de diseñar un Logo es buscar que éste tenga el mejor diseño posible dentro de la sencillez necesaria para que pueda ser recordado.

Cuando un cliente encarga un Logo y el diseñador le devuelve un boceto sencillo, el cliente muchas veces se enoja, se siente estafado. Esto no debe suceder. En primer lugar, hacer un diseño sencillo es mucho más difícil que uno complejo. En segundo lugar, el objetivo de un Logo es que sea fácil de recordar y cuanto más complejo es, más difícil de recordar será. Y, en tercer lugar, todo agregado complejo le aumentará los gastos en el futuro.

1. Hacer un diseño sencillo es más difícil que uno complejo: para lograr impresionar al cliente y al público en general con un diseño sobrio y sencillo hay que ser muy hábil y trabajar muy duro: pensar y repensar, armar y desarmar, etc. En cambio, para impresionar a la gente con un diseño complejo lo único que hay que hacer es combinar muchos elementos, muchos efectos visuales y muchos colores de forma más o menos ordenada y listo: se tiene un Logo fácil de hacer, impresionante, imposible de recordar y desastroso desde la teoría del diseño.

2. Un Logo complejo es más difícil de recordar: un Logo complejo es una combinación de muchos elementos de diseño. Para recordar ese Logo tan cual como es presentado, el receptor tendrá que recordar cada elemento por separado y recordar de qué manera iba unido a los demás. Por supuesto, esto es un gran inconveniente para la empresa porque el Logo es el elemento material a partir del cual es recordada por los consumidores y si este elemento es difícil de recordar la empresa pierde.

3. Los agregados aumentan los gastos en el futuro: un Logo con efecto visuales de cualquier tipo se vuelve muy costoso. ¿Por qué? Para lograr hacer los efectos las computadoras combinan muchísimos colores que, por supuesto, no se ven. La combinación de tantos colores es necesaria para lograr determinando efecto. Entonces, si usted tiene un Logo con estos efectos, siempre que lo quiera imprimir deberá hacerlo a todo color aunque usted lo quiera blanco y negro. La impresora necesita utilizar todos los colores con el fin de garantizar que el efecto sea impreso. No creemos necesario detenernos advertirle que este tipo de impresión es el más costoso de todos.

Al igual que la simplicidad, la durabilidad de un Logo es indispensable para que sea poderoso. Este punto es muy sencillo pero importante de tener en cuenta en adelante. El Logo es un elemento que representa constantemente a la empresa y es por eso que cuanto más tiempo de vida tenga, más poderoso será. Es por eso que no se puede cambiar el Logo constantemente. Las grandes empresas no lo cambian casi nunca y si lo hacen, lo hacen cada diez o veinte años y con mínimas modificaciones. Por eso usted debe estar completamente convencido cuando elija el diseño de Logo para su empresa.