



NOTA DE PRENSA - MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S.A.

UN SIGLO ROMPIENDO CON LO ESTABLECIDO: MAZDA 1920-2020

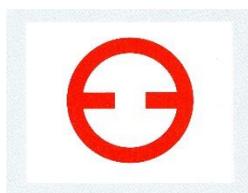
La historia del logo de Mazda

- El primer logotipo de Mazda apareció en 1934 y se estrenó con el vehículo de tres ruedas Mazda-Go.

Madrid, 15 de diciembre de 2020. Mazda Motor Corporation inició su andadura el 30 de enero de 1920 bajo la denominación Toyo Cork Kogyo Company, una empresa dedicada a la producción de corcho para juntas, aislamientos y material de amortiguación. Hasta 1931 no salió de su línea de producción el primer vehículo, el motocarro de tres ruedas Mazda-Go. Y, después de aquello, aún hubo que esperar otros 29 años hasta que Mazda fabricara su primer turismo, el R360 coupe, en 1960.

Mazda era una empresa con ambiciones internacionales y las exportaciones a Europa se iniciaron apenas siete años después. En los últimos sesenta años, la vocación de la marca de cuestionar los convencionalismos y buscar soluciones pioneras de ingeniería y diseño le ha llevado a ser la primera marca japonesa en ganar las 24 horas de Le Mans, a poner en el mercado un motor rotativo comercial con el legendario Cosmo Sport 110S, a fabricar el Mazda MX-5, el deportivo biplaza de mayores ventas en todo el mundo y, más recientemente, el motor Skyactiv-X, el primero de producción en serie en todo el mundo con una sofisticada tecnología de encendido por compresión controlado por bujía.

A lo largo de este viaje de un siglo, que ha llevado a un productor de corcho para aplicaciones industriales a convertirse en un fabricante de automóviles global e independiente, el emblema y el logotipo corporativo de Mazda han ido evolucionado al vaivén de la actividad. Actualmente, la edición especial 100 aniversario, presente en cada modelo de la gama actual, lucen un emblema exclusivo con las actuales alas de Mazda superpuestas al logotipo redondo original de la Toyo Kogyo Company.





NOTA DE PRENSA - MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S.A.

Jujiro Matsuda fundó la Toyo Cork Kogyo en 1920, cuando regresó a su ciudad natal de Hiroshima después de una brillante carrera como ingeniero en Osaka. En 1927, la empresa se reorientó hacia la fabricación de maquinaria y se rebautizó como Toyo Kogyo. Su logotipo, sencillo pero eficaz, consistía en un círculo rojo con dos pequeños segmentos horizontales. En palabras de Matsuda, reflejaba el deseo de Toyo Kogyo de hacer aportaciones al mundo a través de la ingeniería y su determinación de avanzar constantemente.

Mazda

El nombre “Mazda” apareció por primera vez en 1934: la empresa iniciaba la producción de motocarros de tres ruedas y, ahora que se apartaba de la fabricación de herramientas y maquinaria pesada, necesitaba un nuevo nombre de marca. El nombre elegido se tomó de Ahura Mazda, el dios persa de la sabiduría, la inteligencia y la armonía. También influyó que Matsuda, el nombre de familia del fundador, tenía una pronunciación muy parecida a “Mazda”. El logotipo era una versión estilizada de la palabra Mazda, lució en los laterales del depósito de combustible del Mazda-Go y apareció en una gama creciente de motocarros hasta 1954.



Sin embargo, desde 1936 Mazda también contaba con un nuevo logo, en este caso inspirado en Hiroshima. El emblema de la ciudad natal de Mazda tiene tres líneas blancas onduladas sobre un fondo verde, que representan los tres brazos del delta del río Ota, cuando desemboca en Hiroshima. En su reinterpretación, Mazda optó por unas líneas más rectas e insertó una sutil forma de “M” en el centro de cada una de ellas. Aquellas tres emes hacían referencia a Mazda Motor Corporation, mientras que las largas extensiones a ambos laterales representaban unas alas que simbolizaban la agilidad, la velocidad y la capacidad para ascender a nuevas alturas. Este símbolo —de inspiración aeronáutica— se pudo ver en el frente de muchas de las últimas versiones del Mazda-Go. Se utilizó durante todo el periodo de posguerra, hasta 1959.



NOTA DE PRENSA - MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S.A.

MAZDA

Pero, aparte, del emblema alado, Mazda consideró que también necesitaba una marca más explícita cuando empezó a exportar motocarros al extranjero a partir de 1949. El logo sobre estas líneas, muy sencillo, se registró por primera vez en Taiwán en 1954, en sustitución de la firma de estilo caligráfico de 1934. Para 1959, ya estaba registrado en 21 países de todo el mundo.

Sin embargo, para ese año 1959 Mazda se aprestaba a lanzar su primer turismo. La ocasión merecía un emblema adecuado para un fabricante de automóviles: uno que se pudiera lucir con orgullo en el capó del Mazda R360. El primer turismo de Mazda se lanzó finalmente en 1960 y pertenecía a la clase *kei* japonesa de microcoches. Ahora bien, eso no fue obstáculo para que los ingenieros de Mazda creasen un vehículo muy característico, con el mismo cuidado por la estética, la fiabilidad y el confort que uno espera en un coche más grande. Y lucía sobre el capó un nuevo y elegante emblema.



El logo del Mazda R360 consistía en un sencillo círculo cromado con una "M" también cromada en su interior, cuyos extremos se prolongaban hacia arriba y hacia abajo hasta tocar el círculo exterior. Aunque el Mazda R360 medía menos de tres metros de largo, ofrecía espacio para cuatro adultos y subió enormemente el listón del segmento japonés de microcoches por su estilo atractivo, su construcción ligera y la avanzada tecnología de motorización que montaba.

Era un coche asequible y divertido de conducir, que dominó el mercado desde el momento de su lanzamiento. El primer día que se puso a la venta se vendieron 4.500 unidades. Era mayo de 1960 y aquel año sus ventas acapararon el 15% del mercado doméstico japonés. Aquel éxito contribuyó a que Mazda y su nuevo emblema se hicieran omnipresentes en Japón. La nueva insignia se utilizó también en el Mazda P360 Carol, que cosechó un éxito de ventas aún mayor. De hecho, lució en los coches de la marca hasta 1975.



NOTA DE PRENSA - MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S.A.

A medida que Mazda empezó a exportar sus vehículos a todo el mundo, esta llamativa “M” inscrita en un círculo se extendió a todos los modelos de la marca. Cuando Mazda presentó el prototipo del Cosmo en 1964, mantuvo esa misma “M”, pero en esta ocasión, inscrita en un triángulo de Reuleaux, que imitaba la forma de los rotores del sorprendente motor rotativo de aquel coche. El emblema estaba esmaltado en un rojo intenso que contrastaba con la pintura metalizada en verde claro del prototipo. Y no cabía ninguna duda de quién era el constructor de aquel increíble deportivo. Cuando el Cosmo entró en producción en 1967, conservó su logotipo, aunque con detalles en plateado sobre un fondo azul, para destacar sobre la carrocería en blanco puro del modelo de serie. Esta versión del emblema con el “rotor” aparecía en el frontal, en los tapacubos y en el volante del Cosmo. Posteriormente, se siguió utilizando en otros modelos con motor rotativo, como el R130 Luce, el RX-2 y el RX-3. Los modelos con motor no rotativo siguieron llevando la versión “circular” hasta 1975: uno de los emblemas más reconocibles a lo largo de la historia de Mazda.



Sin embargo, en línea con las tendencias de los setenta y los ochenta, Mazda abandonó el estilo logotipo y, durante un periodo en el que vieron la luz coches tan emblemáticos como el RX-7, el 323 y el 626, la marca utilizó un emblema con una tipografía de letras de molde muy sencilla, en la que destacada la “Z” central. Este emblema se utilizó en turismos, camionetas y furgonetas durante unos años de crecimiento enorme para Mazda. Se utilizó en la carrocería, las ruedas y los interiores de muchísimos vehículos, y se adoptó también en la publicidad de la marca, en sus edificios, en la red de concesionarios y en la identidad corporativa. Se utilizó hasta 1997. Se reconoce al instante y tiene un aspecto muy similar a la tipografía de marca que se utiliza en la actualidad.



A principios de los noventa se reavivó el gusto por los logotipos, así que en 1991 Mazda introdujo un diseño que recordaba a un diamante inscrito en un círculo, inspirado en la imagen de las alas y el sol



NOTA DE PRENSA - MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S.A.

en un círculo de luz. Apenas un año más tarde, se modificó el logotipo; concretamente, se suavizaron las aristas del diamante para diferenciarlo del símbolo de Renault, que era parecido. Este logo le resultará familiar a muchos propietarios actuales, sobre todo porque se utilizó en las últimas versiones del MX-5 de primera generación.



En 1997 se hizo una puesta al día tanto del emblema como de la tipografía, que resultó en el diseño que conocemos hoy día. La tipografía introducida en los años setenta se volvió azul, para representar el nuevo color corporativo de Mazda. En el nuevo logotipo, la forma del diamante se sustituyó por unas alas en forma de "V" que representaban el "crecimiento" y la "mejora". Esta expresión de un par de alas con la forma de la letra "M" se diseñó para representar la vocación de Mazda de mejorar y crecer continuamente a través de la creatividad, la elasticidad y una forma de pensar flexible.



Desde principios del siglo XXI, este emblema de Mazda se reconoce en todo el mundo. En 2015 se introdujo una versión actualizada, con tipografía en plateado y bordes en azul, junto con una versión en un plateado más intenso. La identidad visual actual de Mazda se basa en una versión revisada en



NOTA DE PRENSA - MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S.A.

color plata (que se utiliza sobre todo sobre fondos negros) y se utiliza tanto en las filiales de la marca como en su red de concesionarios a nivel global.



Este recorrido a través de la historia de los emblemas y la identidad corporativa de Mazda repasa un siglo de innovación, diseño pionero y éxitos técnicos, a lo largo del cual Mazda ha dejado de ser un fabricante de productos de corcho de Hiroshima para transformarse en un constructor de automóviles independiente con presencia mundial, con un sólido prestigio por sus impresionantes diseños, su tecnología y su orientación al cliente. A lo largo de más de cien años de actividad, estos son los logotipos que han adornado unos coches que han desafiado lo establecido, han ganado multitud de premios, han cautivado al público y, de alguna manera, sintetizan la vibrante historia de Mazda.

Hoy día, el emblema de Mazda se reconoce en todo el mundo y adorna una moderna gama de modelos, en la que ocupa un lugar especial el nuevo Mazda MX-30, el primer coche 100% eléctrico de la marca.

###

Para más información:

Natalia García

Directora de comunicación

Telf. 914185468/80

ngarcia@mazdaeur.com

Manuel Rivas

Jefe de prensa

Telf. 914185450/80

mrivas@mazdaeur.com

Web de prensa: www.mazda-press.es



NOTA DE PRENSA - MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S.A.

Web oficial: www.mazda.es

Facebook: www.facebook.com/MazdaES

Twitter: [@MazdaEspana](https://twitter.com/MazdaEspana)

Mazda Motor Corporation, empresa fundada en 1920 y con sede en Hiroshima (Japón), es uno de los mayores fabricantes de automóviles de Japón con unas ventas de 1,6 millones de unidades, que fabrica en nueve plantas. Mazda cuenta con cinco centros de I+D, está presente en más de 130 países con casi 50.000 empleados y acumula cerca de 1.200 premios desde el año 2002.

Mazda Automóviles España, S.A., empresa fundada en marzo de 2000 y con sede en Madrid (España), es la filial de Mazda Motor Corporation en España y actualmente distribuye ocho modelos en el mercado español: Mazda2 (modelo urbano), Mazda3 (compacto), Mazda6 (berlina), Mazda MX-5 (descapotable), los modelos SUV Mazda CX-3, Mazda CX-5, Mazda CX-30 y el modelo 100% eléctrico Mazda MX-30, cubriendo prácticamente la totalidad de los segmentos del mercado. Cuenta con un capital humano de 60 empleados.