

Olinia: una marca mexicana con incongruencias

Por Esdras Bardo Muñoz Mendoza

El diseño y la narrativa de Olinia, la marca mexicana de autos eléctricos, presentan incongruencias. Analizamos el diseño de su logotipo y símbolo y su justificación.



Roberto Capuano Tripp, coordinador del proyecto de autos eléctricos mexicanos, explicó que el nombre Olinia, proveniente del náhuatl «movimiento», simboliza el compromiso de crear tecnología para mover a los mexicanos, con un logotipo que equilibra la precisión de la ingeniería y la calidad humana. «Cuando vean este logotipo verán nuestra promesa de tecnología centrada en las personas», afirmó.



Presentación del logotipo y símbolo de Olinia, la nueva marca de vehículos eléctricos impulsada por el gobierno mexicano.

El emblema elegido es una liebre alebrije, inspirada en la tradición oaxaqueña, que representa inteligencia práctica, adaptabilidad, dinamismo y la libertad de superar obstáculos. «Es un guiño a nuestra águila, pero con un nuevo tipo de vuelo: el de la innovación», señaló.

El coordinador subrayó que este símbolo será el sello de autenticidad y calidad de Olinia, un proyecto desarrollado con tecnología e ingeniería nacionales, fruto de la colaboración entre instituciones académicas y centros de investigación, y que busca ser «un esfuerzo en equipo con alma de México».

Tras observar y analizar la explicación ofrecida, encuentro aciertos y algunas imprecisiones que me gustaría compartir. El nombre Olinia me parece adecuado: evoca la palabra náhuatl para «movimiento» y, aunque no lo hiciera, es corto y rítmico, ideal para una marca de autos eléctricos.

Sin embargo, la elección de trazos para representar la palabra Olinia no se ajusta a su significado. Los ángulos rectos en las letras las hacen parecer bloques pesados, lo opuesto a «movimiento». Además, no usar mayúscula inicial en el nombre es un error ortográfico.



Los ángulos rectos en las esquinas de algunas letras se perciben como algo estático.

¿De qué manera se representa el compromiso de crear tecnología para mover a los mexicanos? No lo veo. ¿Dónde se refleja el enfoque en las personas? La justificación del símbolo es un desastre.

Una liebre alebrije, inspirada en la tradición oaxaqueña, representa inteligencia práctica, adaptabilidad, dinamismo y libertad. El símbolo de la liebre puede ser un acierto: es un animal ágil, rápido, ligero e incluso astuto. No veo la necesidad de transformarla en un alebrije solo para conectar con el águila nacional.



Los primeros alebrijes fueron creados por Pedro Linares López en la Ciudad de México en 1930.

El alebrije es una escultura colorida que mezcla dos o más animales. Creados por Pedro Linares López en la Ciudad de México en 1930. Después, esta artesanía se introdujo en la zona de Oaxaca en la década de 1980 gracias a la realización de un taller de demostración organizado por Judith Bronowski y contó con la participación de Manuel Jiménez Ramírez y la artesana textil María Sabina, ambos originarios de Oaxaca. La adaptación del alebrije fue perfeccionada por Manuel Jiménez Ramírez, oriundo de San Antonio Arrazola. Actualmente, los alebrijes son populares por su forma y colorido, pero tienen menos de 100 años y no están relacionados con los pueblos originarios de Oaxaca.

Al carecer de colores vibrantes y patrones característicos, el símbolo es solo una liebre con alas (que recuerda al antiguo símbolo de los aceites mexicanos *Roshfrans*). Más preocupante es la falta de armonía entre símbolo y logotipo. Parecen diseñados por personas distintas, sin comunicación. Da la impresión de que se presentaron varias propuestas y se eligió el símbolo de una y el logotipo de otra. Un proyecto nacional tan importante no debería estar en manos de gente sin experiencia.

Publicado el 29/09/2025



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/olinia-una-marca-mexicana-con-incongruencias>

