

Wikipedia:Manual de estilo/Marcas - Wikipedia, la enciclopedia libre

5-7 minutos

Hay que tener cuidado a la hora de usar marcas comerciales o patrocinios como denominación, ya que su uso excesivo o inadecuado puede hacer parecer que un artículo es promocional o que viola el [punto de vista neutral](#). Para ello, es importante acudir a las [fuentes fiables de información](#), usándolas tanto para [verificar](#) la descripción de las mismas como para reflejar el uso que se hace de ellas. Así, la bibliografía sobre [publicidad](#) o [mercadotecnia](#) permite describirlas, y los registros nacionales de marcas permiten descubrir el nombre real de la marca que se esconde detrás de una rotulación —pueden consultarse en línea: [Argentina](#), [Brasil](#), [Chile](#), [Colombia](#), [España](#), [México](#)...—.

Por último, es necesario señalar que toda transcripción y transliteración de una marca, el nombre de una empresa, etc., ha de realizarse siguiendo [las normas de estilo generales para ello](#).

Marcas comerciales[[editar código](#) · [editar código](#)]

Respecto a las [marcas comerciales](#), hay que tener en cuenta las normas generales de ortografía:

4.22. Los nombres de marcas comerciales. Las marcas comerciales son nombres propios, de forma que, utilizados específicamente para referirse a un producto de la marca, han de escribirse con mayúscula: *Me gusta tanto el Cinzano como el Martini; Me he comprado un Seat*; pero cuando estos nombres pasan a referirse no exclusivamente a un objeto de la marca en cuestión, sino a cualquier otro con características similares, se escriben con minúscula: *Me aficioné al martini seco en mis años de estudiante* (al vermouth seco, de cualquier marca).

5.2 Marcas comerciales. (...) Así, aunque por su condición de nombres propios, las marcas y los nombres comerciales deberían llevar en mayúscula solo la primera letra, es cada vez más habitual ver en ellos mayúsculas intercaladas. Esto ocurre cuando el nombre se forma con fragmentos iniciales de varios términos o con varias palabras escritas sin la preceptiva separación: CubaSí, IntraCredit, QualitaNet, MásVital; o cuando el nombre propio va precedido de una letra minúscula que funciona a modo de prefijo (como la e- de electrónico o la i- de Internet): eDreams, iBanesto, iPod. En todos estos casos, las mayúsculas internas marcan la frontera entre los distintos componentes del nombre.

(...) También es frecuente hoy que, en los logotipos, el nombre propio de la marca aparezca escrito enteramente en minúsculas (yoigo, xerox, adidas); pero la anomalía ortográfica del logotipo desaparece en el interior de los textos, donde estos nombres propios recuperan su

mayúscula preceptiva (Yoigo, Adidas, Xerox).

ASALE (2010) Ortografía de la lengua española, p. 516

Pero además, hay que tener en cuenta otras indicaciones de estilo:

- Ha de evitarse el uso de indicativos como TM, M.R. o ® junto a dichas marcas comerciales.
- Debe evitarse el uso de las formas rotuladas o estilizadas de las marcas comerciales cuando las tengan. Así, debe escribirse [Kiss](#), [Toshiba](#), [La Sexta](#) o [Wikipedia](#), pero no KI47, TOSHIBA, laSexta o WikipediA. Esta circunstancia sí que se puede indicar en el propio artículo:

«[Revólver](#) —rotulado en ocasiones como RevólveЯ— es un grupo musical español (···)»

«[Adidas](#) (estilizado adidas) es una compañía multinacional (···)»

Sin embargo, obsérvese que en virtud del uso especial de las mayúsculas que señala el fragmento de la *Ortografía* reproducido arriba, cuando el nombre se forma con varias palabras escritas sin separación o fragmentos de estas, o se añade una letra minúscula como prefijo —*i-* de Internet o *e-* de electrónico—, se puede usar dicha forma: [MasterCard](#), [iPod](#), etc. Sea como sea, esta circunstancia ha de ser fácilmente verificable en la bibliografía y ser referenciada en el propio artículo.

- De forma general, no se debe usar ningún tipo de resalte tipográfico para las marcas comerciales como la cursiva, sino que se escriben en redonda como cualquier nombre propio.

Patrocinios[[editar código](#) · [editar código](#)]

Los nombres temporales que un edificio, evento, entidad o infraestructura pudiera recibir en función de un [patrocinio comercial](#) que adquiera su [derecho de nombre](#) no deben primar sobre el principio de «nombre más usado» con independencia de la posible oficialidad de tales denominaciones —véase [«Wikipedia:Convención de títulos»](#)—. Además, puesto que estas denominaciones suelen ser temporales, ha de tenerse especial cuidado para contextualizarlos en el cuerpo del artículo, siendo en todo caso preferible que esta circunstancia temporal se refleje, en tanto dure, en el propio cuerpo del artículo o, de considerarse relevante, en la oportuna sección de «historia».

De forma análoga, para referirse en el resto de artículos a estos edificios, eventos, etc. con nombres patrocinados, deben utilizarse formas claras y concisas que expliquen dicha situación, sin obviar la denominación original.

Por ejemplo, el artículo [Millennium Dome](#) no tiene como título *The O2 Arena* —por la empresa [O2](#)—, y puede comenzar indicando

«El Millennium Dome —denominado temporalmente por motivos publicitarios como The O2 Arena— es un gran edificio (···)»,

y un artículo que quiera referirse a él podrá decir

«(···) en el Millennium Dome, que en el 2014 se llamaba The O2 Arena» o «(···) en el The O2 Arena, como se llamaba en aquel entonces al Millennium Dome».

Igualmente, primará [Copa Libertadores de América](#) sobre *Copa Bridgestone Libertadores*, [Primera División de Uruguay](#) sobre *Torneo Uruguayo Copa Coca-Cola*, etc; a menos que, debido por ejemplo al paso del tiempo, esa sea la denominación consolidada en la bibliografía: [Torre Sears](#), etc.