

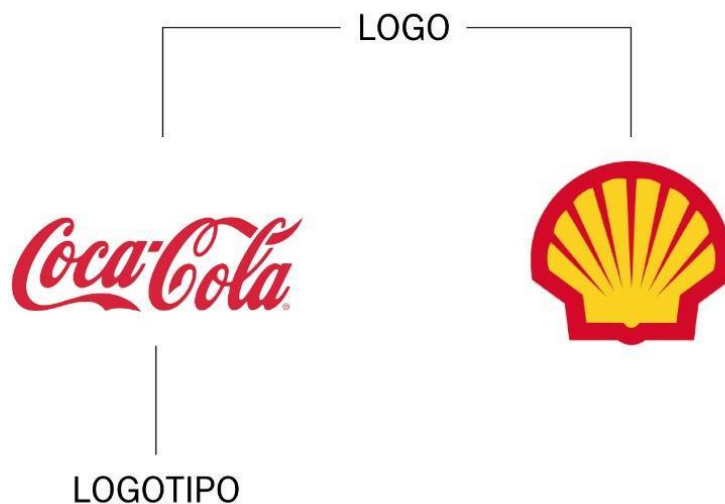
O que é um logotipo e o que é um logo

Por Luciano Cassisi

São “logo” e “logotipo” a mesma coisa? De onde vieram essas palavras e a que se referem hoje em dia?



A seguir, vemos duas marcas. O público comum se refere a qualquer um desses dois signos com a palavra “logo”. No entanto, os profissionais sabemos que apenas um deles é um logotipo: o da Coca-Cola. Porque o símbolo da Shell não é um logotipo.



Mas a palavra “logo” não é uma espécie de diminutivo de “logotipo”? Sim e não. O problema que temos com as palavras em branding é que elas se estabelecem pelo uso, e isso, às vezes, vai contra a origem etimológica e também contra a precisão técnica. De onde vem a palavra logotipo?

Origem etimológica de “logotipo”

Logotipo é uma palavra composta por outras duas de origem grega: *logos* e *typos*. *Logos* tem vários significados, mas em latim foi traduzido como “verbo” ou “palavra”. *Typos* também tem vários significados, bastante compatíveis com o sentido que damos a essa palavra no âmbito do design. Um logotipo seria uma “palavra-impressão” ou uma “palavra-molde” ou uma “palavra-marca”. E quem inventou essa palavra?

Com a invenção da imprensa de tipos móveis, os impressores começaram a notar que havia relações entre letras que podiam ser melhoradas criando ligaduras especiais. Assim, inventaram tipos móveis especiais que, em vez de conter uma única letra, um único caractere, podiam conter dois ou mais, até mesmo palavras inteiras de uso frequente.

<i>AE</i> → <i>Æ</i>	<i>ij</i> → <i>ij</i>
<i>ae</i> → <i>æ</i>	<i>st</i> → <i>ſt</i>
<i>OE</i> → <i>Œ</i>	<i>ft</i> → <i>ft</i>
<i>oe</i> → <i>œ</i>	<i>et</i> → <i>&</i>
<i>ff</i> → <i>ff</i>	<i>fs</i> → <i>ß</i>
<i>fi</i> → <i>fi</i>	<i>ffi</i> → <i>ffi</i>



Refinamento tipográfico por meio de ligaduras especiais entre combinações de letras de uso frequente em cada idioma (à esquerda). “Logotipo”, ou tipo móvel com mais de uma letra (à direita).

No mundo da imprensa tipográfica, esses tipos móveis com letras unidas por ligaduras especiais eram conhecidos como “logotipos”. Um tipo móvel com mais de uma letra seria um logotipo, no sentido original do termo, já que coincide com a origem etimológica: seria uma palavra-matriz ou palavra-molde, que se entinta e pressiona contra o papel para que ali fique impressa.



Exemplos de clichês.

Provavelmente ao mesmo tempo, os impressores devem ter começado a criar matrizes

gravadas em relevo, para imprimir suas próprias marcas com o mesmo critério dos tipos móveis (entintando a composição montada com tipos de chumbo e pressionando-a contra o papel). Até alguns anos atrás, quando ainda se usava a imprensa tipográfica, essas matrizes eram conhecidas como *clichês*, pelo menos aqui na Argentina. Para imprimir uma marca em um cartão pessoal, era necessário fazer um clichê.

Não posso afirmá-lo com certeza, mas faz sentido supor que essa ideia do logotipo de chumbo (o tipo que inclui duas ou mais letras) tenha se fundido com a ideia de clichê, e as marcas, ao entrarem na imprensa, tenham adotado o nome de logotipo. Afinal, para imprimir uma marca gráfica era necessária uma matriz, uma espécie de tipo móvel de uma palavra.

O significado da palavra logo

Já conhecemos a origem etimológica, mas como chegamos a chamar logotipos de logotipos? A definição atual aceita no mundo profissional diz que um logotipo é “a representação gráfica do nome de uma marca” ou “a forma estabelecida de escrever o nome”. Nesse sentido, os símbolos gráficos, como o da Shell, não são logotipos, pois ficam fora da definição.

Então, o que é um logo? Sempre tomei essa contração como uma forma “carinhosa” de chamar o logotipo, uma espécie de diminutivo. De fato, nos meus tempos de estudante, existia um segundo sentido mais informal, mas não apenas para a palavra “logo”, mas também para “logotipo”: “Quanto vale um logo?”, “Quanto vale um logotipo?”, perguntávamos, usando qualquer uma dessas palavras para nos referirmos a qualquer tipo de marca, e não somente a logotipos. Os professores e profissionais também faziam esse uso, mas sempre em um contexto de certa comicidade, deixando claro que se tratava de um uso coloquial, não técnico.

Mas nos últimos anos, tanto em textos técnicos quanto informais em inglês, de alguma forma, a palavra “logo” foi mudando de sentido. Agora, ela é usada para se referir a qualquer tipo de marca gráfica. Um *logo* em inglês, definitivamente, não é sinônimo de logotipo, mas sim qualquer tipo de marca. Existe a palavra *trademark*, mas ela é cada vez menos usada. Eles não têm a confusão típica que temos em português, entre “marca” (conceitual) e “marca gráfica”, já que usam “brand” e “logo”.

Voltemos à origem etimológica: se um logotipo é uma “palavra-marca”, um logo seria apenas uma palavra? Não faz muito sentido. É verdade que a língua nem sempre evolui de forma lógica, mas não deveriam os especialistas, sejam acadêmicos ou profissionais de uma área, definir o significado correto das palavras, pelo menos dentro de seu campo de especialização, independentemente dos significados que o público lhes atribui?

Como chamar as marcas?

Entendo que é mais apropriado continuar usando a palavra “marca”, e quando há risco de confusão com o conceito de marca (brand), utilizar “marca gráfica”, que elimina qualquer dúvida. Se digo “marca gráfica”, fica claro que não estou falando da empresa ou do produto, mas dos signos que ela utiliza para se identificar. Há também outras formas de se referir à

marca gráfica, sem necessidade de inventar palavras novas, e que, além disso, são compreensíveis por todos: signos identificadores, marcas visuais, elementos gráficos identificadores, etc.

“Logo” é uma palavra incorreta, não é um termo técnico, é confusa, é desnecessária e, além disso, diminui o sentido da palavra logotipo, que é apenas um entre vários tipos de marcas visuais.¹

Publicado em 28/07/2025

-
1. Ver artigos [Pensamento tipológico](#), de Norberto Chaves, e [Como definir o tipo de marca apropriado](#), de Luciano Cassisi.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/pt/artigos/o-que-e-um-logotipo-e-o-que-e-um-logo>

