

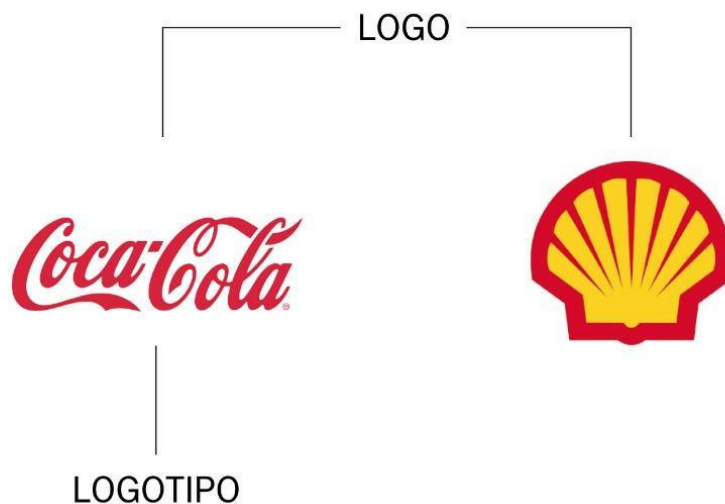
Qué es un logotipo y qué es un logo

Por Luciano Cassisi

¿«Logo» y «logotipo» son la misma cosa? ¿De dónde salieron estas palabras y a qué se refieren hoy en día?



A continuación vemos dos marcas. El público común se refiere a cualquiera de estos dos signos con la palabra «logo». Sin embargo, los profesionales sabemos que solo uno de ellos es un logotipo: el de Coca-Cola. Porque el símbolo de Shell, no es un logotipo.



¿Pero acaso la palabra «logo» no es una especie de diminutivo de «logotipo»? Sí y no. El problema que tenemos con las palabras en branding es se van estableciendo por el uso, y eso, a veces va a contrapelo del origen etimológico y también de la precisión técnica. ¿De dónde viene la palabra logotipo?

Origen etimológico de «logotipo»

Logotipo es una palabra compuesta por otras dos de origen griego: *logos* y *typos*. *Logos* tiene varios significados, pero en latín se tradujo como «verbo» o «palabra». *Typos* también tiene varios significados bastante compatibles con el significado que damos a esta palabra en el ámbito del diseño. Un logotipo sería una «palabra-golpe» o una «palabra-molde» o una «palabra-marca». ¿Y a quién se le ocurrió inventar esta palabra?

Al inventarse la imprenta de tipos móviles, los impresores empezaron a notar que había relaciones entre letras que podían mejorarse creando ligaduras especiales. Así inventaron unos tipos móviles especiales que, en lugar de contener una única letra, un único carácter, podían contener dos o más, incluso palabras completas de uso frecuente.

<i>AE</i> → <i>Æ</i>	<i>ij</i> → <i>ij</i>
<i>ae</i> → <i>æ</i>	<i>st</i> → <i>st̂</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>



Refinamiento tipográfico por medio de ligaduras especiales entre combinaciones de letras de uso frecuente en cada idioma (a la izquierda). «Logotipo», o tipo móvil con más de una letra (a la derecha).

En el mundo de la imprenta tipográfica, estos tipos móviles con letras unidas con ligaduras especiales, se conocieron como «logotipos». Un tipo móvil con más de una letra sería un logotipo, en el sentido original del término, ya que coincide con el origen etimológico: sería una palabra-matriz o palabra-molde, que se entinta y golpea contra el papel para que allí quede impresa.



Ejemplos de clichés.

Probablemente al mismo tiempo, los impresores habrán empezado a crear matrices grabadas

en sobre-relieve, para imprimir sus propias marcas con el mismo criterio de los tipos móviles (entintando la composición armada con tipos de plomo y presionándola contra el papel). Hasta hace unos años, cuando todavía se usaba la imprenta tipográfica, estas matrices se conocían como *clichés*, al menos aquí en Argentina. Para imprimir una marca en una tarjeta personal, había que hacer un cliché.

No puedo asegurarlo con certeza, pero tiene bastante sentido suponer que, esta idea del logotipo de plomo (el tipo que incluye dos o más letras) se haya fusionado con la idea de cliché, y las marcas, al entrar en imprenta, hayan tomado el nombre de logotipo. Después de todo, para imprimir una marca gráfica hacía falta una matriz, una especie de tipo móvil de una palabra.

El significado de la palabra logo

Ya conocemos el origen etimológico, pero ¿cómo llegamos a llamar logotipos a los logotipos? La definición actual aceptada en el mundo profesional dice que un logotipo es «la representación gráfica del nombre de una marca», o «la forma estable de escribir el nombre». En ese sentido, los símbolos gráficos, como el de Shell, no son logotipos, pues quedan fuera de la definición.

¿Entonces qué es un logo? Siempre tomé esta contracción como una forma «cariñosa» de llamar al logotipo, una especie de diminutivo. De hecho, en mis tiempos de estudiante existía un segundo sentido más informal, pero no solo para la palabra «logo», sino también para «logotipo»: «¿Cuánto vale un logo?», «¿Cuánto vale un logotipo?», nos preguntábamos, usando cualquiera de estas dos palabras para referirnos a cualquier tipo de marca, y no solamente a logotipos. También hacían este uso los profesores y los profesionales, pero siempre en un contexto de cierta comicidad, dejando claro que se trataba de un uso coloquial, no técnico.

Pero en los últimos años, tanto en textos técnicos como informales en inglés, de alguna forma, la palabra «logo» fue cambiando de sentido. Ahora se utiliza para referirse a cualquier tipo de marca gráfica. Un *logo* en inglés, definitivamente no es un sinónimo de logotipo, sino cualquier tipo de marca. Existe la palabra *trademark*, pero cada vez la usan menos. Ellos no tienen la típica confusión que tenemos en castellano, entre «marca» (conceptual) y «marca gráfica», ya que usan «brand» y «logo».

Volvamos al origen etimológico: si un logotipo es una «palabra-marca» un logo ¿sería una palabra? No tiene mucho sentido. Es cierto que el lenguaje no siempre evoluciona de forma lógica, pero, ¿no deberían ser los expertos, sean académicos o practicantes de una profesión, quienes definan el correcto significado de las palabras, al menos dentro de su ámbito de especialización, e independientemente de los significados que el público les asigne?

¿Cómo llamar a las marcas?

Entiendo que es más apropiado seguir usando la palabra marca, y cuando hay posibilidad de que se confunda con el concepto de marca (brand), utilizar «marca gráfica», que despeja

cualquier duda. Si digo «marca gráfica» está claro que no estoy hablando de la empresa o del producto, sino de los signos que utiliza para identificarse. También hay otras forma de referirse a la marca gráfica, sin necesidad e inventar palabras nuevas, y que, además son comprensibles por todo el mundo: signos identificadores, signos marcarios, elementos gráficos identificadores, etc.

«Logo» es una palabra incorrecta, no es un término técnico, no es claro, es confuso, es innecesario, y además le resta sentido a la palabra logotipo, que es uno entre varios tipos de signos marcarios.¹

Publicado el 04/11/2019

-
1. Ver artículos [Pensamiento tipológico](#), de Norberto Chaves y [Cómo definir el tipo marcario adecuado](#), de Luciano Cassisi.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/que-es-un-logotipo-y-que-es-un-logo>

