



Os 10 melhores logotipos de todos os tempos

Description

Os melhores logotipos sÃ£o aqueles que realmente resistiram ao teste do tempo. AlÃ©m de serem distintos e memorÃ¡veis, muitas vezes com significados e mensagens ocultas, muitos jÃ¡ existem hÃ¡ dÃ©cadas. Isso certamente se aplica aos nossos 10 melhores logotipos de todos os tempos.



(CrÃ©dito da imagem: Apple)

Logotipos icÃ´nicos como esses sÃ£o uma grande fonte de inspiraÃ§Ã£o para quem trabalha com design, branding ou publicidade. Para obter mais dicas sobre como criar uma marca que se destaque, explore nossas dicas sobre como criar um logotipo e onde encontrar a melhor inspiraÃ§Ã£o para design de logotipo .

Os melhores logotipos de todos os tempos

Abaixo escolhemos 10 dos melhores logotipos de todos os tempos. É claro que a seleção é parcialmente subjetiva, mas todos esses logotipos são instantaneamente reconhecíveis, na maioria dos casos em todo o mundo, e são designs de logotipo que duraram muito tempo.

Para alcançar um design de logotipo icônico, exploraremos um pouco sobre como eles foram feitos e consideraremos porque funcionam tão bem, seja por causa de seus símbolos icônicos até uma tipografia brilhante. Alguns destes designs foram ligeiramente ajustados ao longo dos anos, mas ainda mantêm a sua forma geral, e por uma boa razão, porque estes designs tornaram-se enraizados na nossa consciência cultural.

10. O logotipo da Starbucks



O logotipo da Starbuck deve ser o logotipo mais icônico de uma rede de café (Crédito da imagem: Starbucks)

Você não precisa amar a Starbucks para saber que seu icônico logotipo é extremamente eficaz. O design da sereia é único e as suas linhas arrojadadas, fluidez e utilização de uma cor única e distinta tornaram-no num símbolo instantaneamente reconhecível e num canto de sereia sedutor para os amantes da cafeína em cerca de 84 países em todo o mundo.

Lançada em 1971, a empresa recebeu o nome de Starbuck, o primeiro imediato do romance Moby Dick, de Herman Melville. O designer do logotipo original, Terry Heckler, investigou essa influência marítima e inspirou-se em uma xilogravura nórdica do século XVI de uma sereia de duas caudas. A figura foi reformulada várias vezes desde então, mas esses ajustes envolveram em grande parte o aprimoramento e a simplificação do design. O design é perfeitamente simétrico, e isso é proposital (leia a história sobre o segredo do logotipo da Starbucks para saber mais sobre isso).

9. O logotipo I Love New York



Milton Glaser desenhou o logotipo I Love New York na traseira de um tãxi em 1977

O logotipo I Love New York foi desenhado por Milton Glaser em 1977 e desde então se tornou onipresente em camisetas, adesivos, pôsteres, canecas e outros produtos em todo o mundo. Consiste na letra I maiúscula, seguida por um símbolo de coração vermelho, empilhado acima das letras maiúsculas N e Y, definido na fonte serifada arredondada da American Typewriter.

O poder deste logotipo vem de sua simplicidade, uma característica que emula lindamente a abordagem direta e direta comumente associada à população de Nova York. O esboço inicial de Glaser foi feito em um tãxi, que não poderia ser mais Nova York. E embora ele nunca tenha ganhado um centavo pelo design, isso não importava, porque era seu presente para uma cidade que ele amava.

Vários anos antes de morrer em 2020, [Milton Glaser disse-nos numa entrevista](#): “Nova Iorque não é a mais bela das cidades. Ela muda o tempo todo. Não é uma cidade que impõe a sua visão às pessoas que chegam; elas impõem sua visão aqui.

“Tudo está em aberto, tudo está em jogo, tudo está para ser questionado”, acrescentou. “Esse aspecto de não aceitar nada como sendo a verdade última ou definitiva parece-me uma fonte de grande vitalidade, energia e oportunidades para as pessoas. Tudo pode acontecer aqui.”

O logotipo é popular entre os próprios nova-iorquinos, o que é parte do motivo pelo qual um logotipo atualizado “nós amamos NYC” criado para uma campanha de 2023 gerou tantas críticas.

8. O logotipo do metrô de Londres



Este logotipo de 1919 continua sendo a base para o logotipo contemporâneo do metrô de Londres

O logotipo do metrô de Londres não poderia ser mais simples. O tipo branco se destaca contra uma barra azul, todo executado em um círculo vermelho com traços grossos, simples, mas instantaneamente reconhecível. Marcando o ônibus, estações e metrô na capital da Inglaterra, tornou-se um símbolo da cidade que a criou.

Projetado por Edward Johnston em 1919, o design é tão distinto que os esforços para alterá-lo geralmente envolvem pequenos ajustes que apenas o par mais astuto de olhos criativos notaria, como o redesenho sutil de 2016 da fonte do logotipo.

Em seu livro *A Logo for London*, David Lawrence traça a história do letreiro mais duradouro de Londres, tentando definir o apelo duradouro do logotipo. "O logotipo é suficientemente abstrato e, no entanto, é amplamente reproduzido que representa muitas coisas para muitas pessoas: cidade, transporte, cultura, lugar, um sistema unificado, design moderno. É isto que a torna uma marca flexível e duradoura", diz ele. Nunca saiu de moda, acrescenta, "porque, na pior das hipóteses, fica incansavelmente em segundo plano, dizendo-nos onde pegar um ônibus ou trem".

7. O logotipo da Cruz Vermelha



O emblema da cruz vermelha precisa ser fácil de reconhecer e reproduzir

O emblema da Cruz Vermelha, uma cruz com braços de igual comprimento sobre fundo branco, é um dos símbolos mais reconhecidos no mundo. O seu design não poderia ser mais econômico, permitindo-lhe transmitir o seu significado de neutralidade e proteção da forma mais eficaz.

Foi introduzido em 1876, juntamente com o crescente vermelho (usado pela primeira vez pelos soldados do Império Otomano em 1876, porque a cruz os lembrava dos cruzados da Idade Média). Desde então, esses símbolos foram reconhecidos em todo o mundo. Desde 2005, um terceiro emblema foi adicionado, o Cristal Vermelho. Todos os três emblemas têm o mesmo significado e status.

Embora a cruz deva sempre ter braços de comprimento igual e ser mostrada sobre fundo branco, não há especificação exata do vermelho. Isso torna mais fácil para as pessoas exibi-lo quando os materiais para criar o design perfeito podem não estar disponíveis.

6. O logotipo da Apple



Rob Janoff, Regis McKenna, 1977

O logotipo inicial da [Apple era um desenho sofisticado de Isaac Newton](#). Steve Jobs sabia que isso nunca funcionaria e encomendou uma nova marca no ano seguinte, que foi desenhada por [Rob Janoff](#). Desde então, o formato da maçã permaneceu o mesmo, com exceção de alguns ajustes geométricos para a atualização de 1998 e a mudança de listras coloridas para uma silhueta sólida.

O logotipo continua sendo um elemento importante na história de sucesso global da Apple desde o seu início. Experimente assistir a um programa de TV ou filme em que alguém use um telefone ou laptop e você verá o que queremos dizer. Portanto, talvez seja surpreendente que o design original do logotipo tenha sido um pouco desleixado.

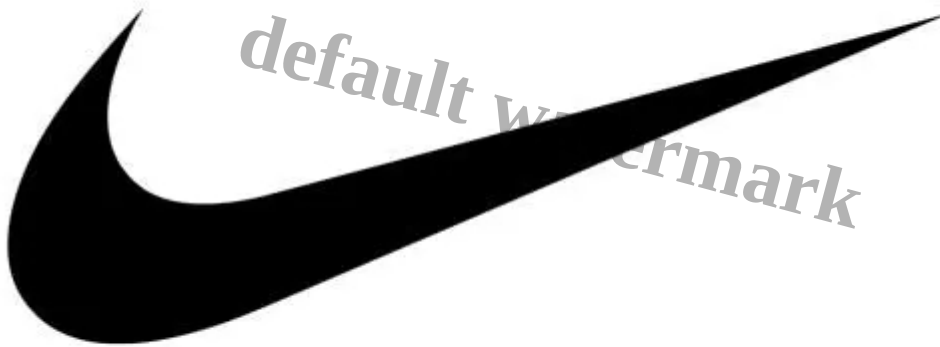
“Eu não tive muitas instruções, quando penso nisso”, Janoff nos disse em 2019. “Foram algumas palavras de Steve Jobs, que foram: ‘Não torne isso fofo’. Acho que ele estava se referindo principalmente à tipografia.”

Então, qual foi o conceito que ele escolheu? “Quando você dá uma mordida em uma maçã, ela fica com o formato de uma mordida, não desmorona como um pãosego faria”, explicou ele. “Era para fazer com que parecesse mais com uma maçã e dar-lhe escala” porque a boca

das pessoas tem um certo tamanho e uma maçã tem um certo tamanho, e a mordida seria uma relação de tamanho.

“Nunca fiz isso antes ou nunca mais, mas tinha tanta certeza sobre esse design que havia apenas uma versão”, acrescenta. “No entanto, tínhamos um no bolso de trás, que era a maçã sem a mordida, caso eles achassem que era fofo demais. Isso nunca foi mostrado.” Para obter mais detalhes, leia os fatos sobre o logotipo da Apple e nosso artigo sobre a história do [logotipo da Apple](#).

5. O logotipo da Nike



Carolyn Davidson projetou este logotipo em 1971 por apenas US\$ 35

O emblema da Nike é a prova de que as ideias mais simples são muitas vezes as melhores. A marca de seleção ou swoosh foi desenhada pela estudante de Portland Carolyn Davidson em 1971, pela qual ela recebeu a quantia nada principesca de US\$ 35. De acordo com o site da Nike, ao ver pela primeira vez o design de Davidson, o fundador Phillip Knight disse: “Não adoro, mas vai crescer em mim”. Sua previsão se mostrou correta e, em 1983, ele deu a Davidson um anel de ouro incrustado com um diamante e um envelope contendo ações da Nike.

O logotipo transmite positividade, mas esse não era o conceito inicial: na verdade, é o contorno da asa da deusa Nike, que personificava a vitória. Davidson revelou mais tarde que queria transmitir movimento, acrescentando que Phillip Knight ficou impressionado com as listras dos rivais Adidas, então houve uma influência também. O logotipo foi posteriormente registrado como marca comercial e, com exceção de alguns ajustes nas letras da Nike, permaneceu inalterado desde então.

4. O logotipo da Shell



O logotipo da Shell desenhado por Raymond Loewy em 1971

Desde que apareceu pela primeira vez em 1901, o logotipo da Shell passou de uma representação realista de uma pecten, ou concha de vieira, para a forma simplificada e ousada de hoje. As cores vermelha e amarela foram adicionadas em 1915, aparecendo pela primeira vez nos postos de gasolina da Califórnia. Esses tons marcantes não apenas ajudaram o logotipo a se destacar, mas também são as cores da Espanha, onde nasceram muitos dos primeiros colonos californianos.

Foi o designer francês Raymond Loewy quem, em 1971, desenhou o design que conhecemos hoje, que desde então recebeu apenas pequenos ajustes. Ele simplificou o logotipo para torná-lo mais reconhecível e ousado, a distância; essencial quando seu logotipo é colocado principalmente na beira de uma estrada, com o trânsito passando em alta velocidade.

3. O logotipo do McDonald's



O logotipo dos arcos dourados do McDonald's (Crédito da imagem: McDonald's)

A gigante do fast food McDonalds atende mais de 69 milhões de clientes diariamente em mais de 100 países. E qualquer que seja a língua que falem, todos podem reconhecer instantaneamente o seu famoso logotipo dos "arcos dourados".

O início do logotipo começou em 1952, quando os irmãos McDonald pediram ao arquiteto Stanley Meston para projetar sua primeira loja franqueada, em Phoenix, Arizona. O signatário George Dexter foi contratado para projetar dois arcos amarelos gigantes que foram adicionados em ambos os lados do edifício.

No entanto, só uma década depois, depois de Ray Kroc ter assumido o negócio, que estes arcos foram combinados num "M" para formar o seu novo logotipo corporativo. A versão atual recebeu uma marca registrada nos EUA em 1968 e continua a funcionar como um farol para consumidores famintos em todo o mundo.

O logotipo também passou a simbolizar a globalização num sentido mais amplo, tanto por apoiantes como por manifestantes contra o capitalismo. Até inspirou uma coluna de opinião irônica no New York Times em 1996, chamada Teoria dos Arcos Dourados de Prevenção de Conflitos. Isto afirmava que "Nenhum país com um McDonald's jamais travou uma guerra um contra o outro." Infelizmente, por fim, a invasão da Ucrânia pela Rússia colocou desde então essa teoria fora de prática.

2. O logotipo da Coca-Cola



O logotipo da Coca-Cola é um dos designs de marca mais reconhecidos internacionalmente (Crédito da imagem: The Coca-Cola Company)

O logotipo manuscrito da Coca-Cola é o mais antigo da nossa lista, datando de 8 de maio de 1886, quando foi criado pelo contador do proprietário John Pemberton, Frank Mason Robinson. Você pode ver sua evolução completa passo a passo em nosso artigo sobre a história do logotipo da Coca-Cola. Mas a versão resumida é que ela permaneceu praticamente inalterada desde então, atraindo apenas pequenos ajustes e uma mudança de cor (de preto para vermelho) ao longo do caminho.

Isso é bastante surpreendente, considerando quantas marcas nominativas elegantes e cursivas não conseguiram sobreviver à determinação do século 21 de transformar cada logotipo em um minimalista, sem serifa, que parece comparar toda marca moderna a uma empresa de tecnologia. E, no entanto, qualquer CEO que mudasse significativamente esta situação estaria provavelmente a cometer suicídio comercial.

A fonte distinta e o icônico esquema de cores vermelho e branco não são apenas reconhecíveis globalmente. Eles também são elegantes e acessíveis, transmitindo uma sensação de

nostalgia e atemporalidade que ajudou a estabelecer a identidade da marca Coca-Cola ao longo dos anos. Até a cor vermelha é importante, pois significa paixão, entusiasmo e energia; todas as emoções que a Coca-Cola pretende evocar em seus consumidores.

1. O logotipo da FedEx



Este logotipo introduziu uma mudança de nome, bem como um novo visual (Crédito da imagem: FedEx)

Portanto, o logotipo da FedEx talvez não seja tão reconhecido internacionalmente como alguns dos designs de logotipo anteriores da nossa lista, mas seu uso simples, mas inteligente, de espaços em branco o tornou verdadeiramente icônico. Criado pela [Landor Associates](#) em 1994, o logotipo da FedEx usa espaços negativos para incorporar o que a empresa faz — mover cartas, caixas e frete

de A para B. (Caso você nunca tenha notado, há uma seta escondida aninhada entre E e o X.)

O design ganhou mais de 40 prêmios de design e, embora tenha sido lançado em 1994, ainda é um daqueles logotipos que nunca queremos ver alterados. Então, como foi criado um logotipo tão icônico? Bem, [Lindon Läder](#), que era diretor sênior de design da Landor na época, explica que a pesquisa revelou que os clientes conheciam a marca, mas geralmente não tinham conhecimento do escopo global e das capacidades de serviço completo da Federal Express.

Os clientes passaram a dizer “FedEx um pacote” mesmo quando usavam outros transportadores, lembra ele. Assim, o processo de remessa expressa tornou-se genérico. Informamos que a empresa precisava alavancar seu ativo mais valioso, que é a marca FedEx.

O processo envolveu uma mudança de nome. Numa escala internacional, a “federal” tinha algumas conotações negativas em certas partes do mundo. Federalistas na América Latina; República Federal da Alemanha, acrescenta Leader. Essa foi uma das razões pelas quais a mudança para o nome FedEx seria muito mais comunicativa para eles.

Leia também: [Conscientização da marca x brand equity: entenda as diferenças](#)

Fonte: [CreativeBlog](#)

Category

1. Design Gráfico

Tags

1. brand
2. branding
3. branding de marca
4. logo
5. logomarca
6. logotipo

Date Created

2024/01/08

Author

webmaster