



AULA 2

# BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

MÓDULO 5

# AGENDA

## ◆ **estilos de logo**

O universo das marcas é gigante, com soluções diferentes para necessidades diferentes.

Conhecer as classificações dos logos e como se diferenciam pode ser útil no momento da criação e também da defesa do projeto.

## ◆ **características**

As necessidades e contextos criam novas formas das marcas se comunicarem.

# estilos de logo

# Design de Identidade da Marca

quinta edição

**Alina Wheeler**

com prefácio de Debbie Millman

guião essencial para toda a equipe de gestão de marcas

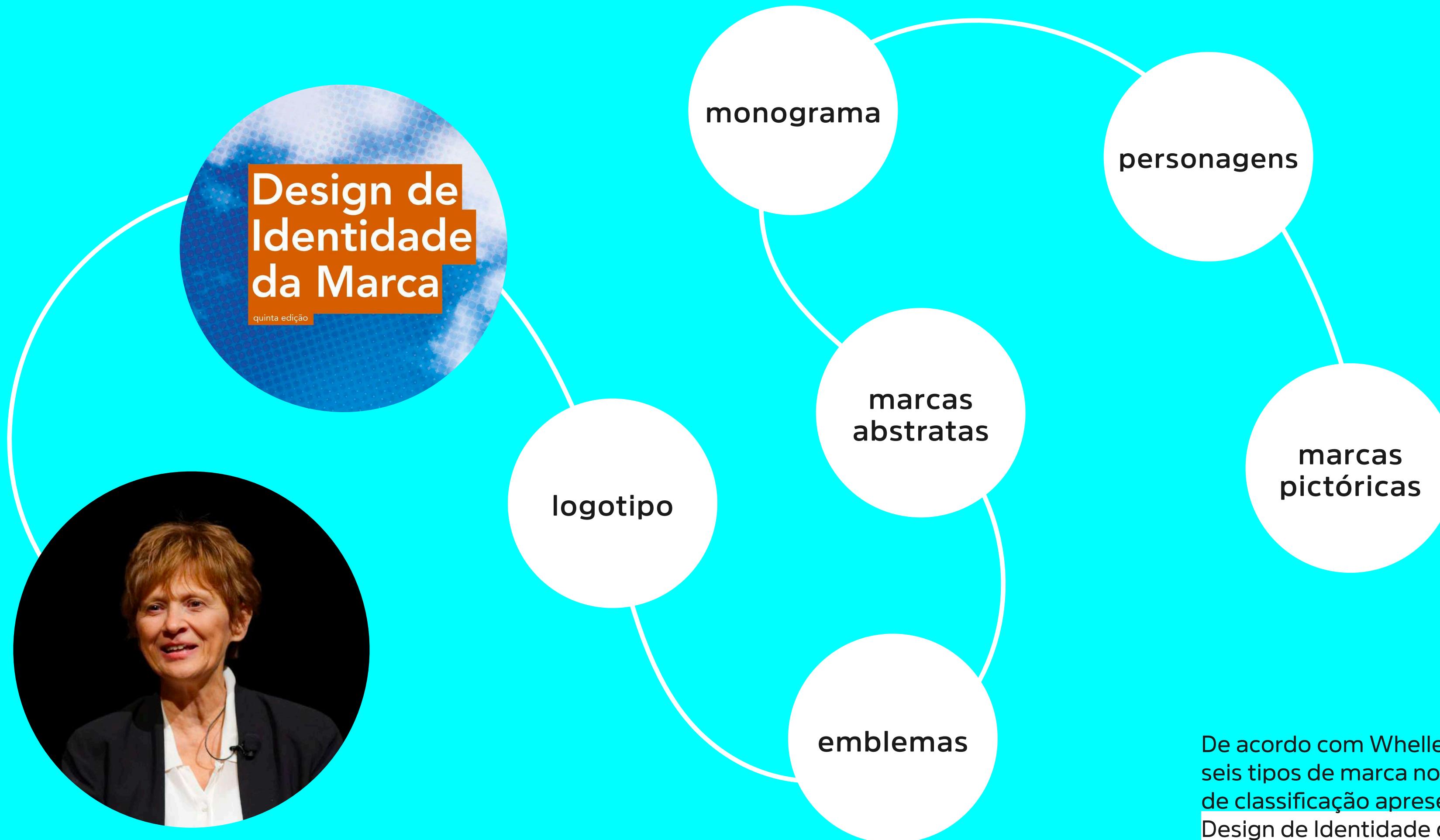


**Os designers de identidade  
trabalham a percepção por meio  
da integração do significado e  
da diferenciação visual.**

Compreender a sequencialidade da percepção e cognição visual fornece um **insight** valioso sobre o que funciona melhor.



ALINA WHEELER



## ESTILOS DE LOGO

### logotipo

#### wordmark

Formado por uma ou mais palavras independentes. Um bom logotipo deve ser legível e ter características que o diferenciam de uma fonte.

 foca a atenção no nome da marca

 sem necessidade de imagens

amil

Uber

GUCCI

Disney

VANS®

CHANEL

Google

FedEx

## ESTILOS DE LOGO

# logotipo

wordmark

A escolha do tipo da fonte determina em qual território a marca vai atuar. Territórios mais formais pedem letras mais elegantes e refinadas. Marcas mais despojadas podem utilizar tipografias cursivas, deixando a marca bem pessoal.

com serifa

sem serifa

script

handwriting

**SONY** Dior

logitech **ebay**<sup>tm</sup>

*Budweiser* *Coca-Cola*

*Sharpie*® **ANGRY BIRDS**

## ESTILOS DE LOGO

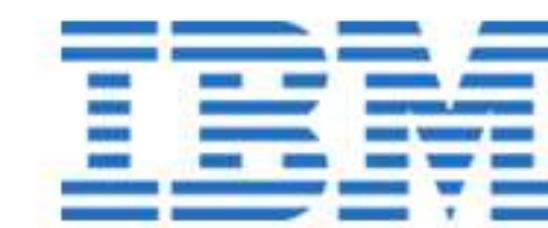
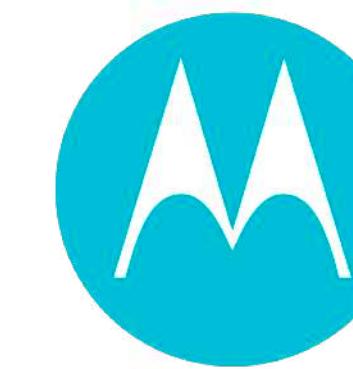
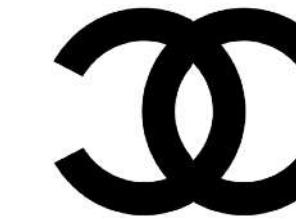
### monogramas

#### lettermark

Monogramas tem características de agir como facilitador de memorização. Sua letra isolada ganha função de ponto focal em uma marca e deve carregar muito **significado** e **personalidade**.

 fácil de lembrar

 comum em vários tipos de segmentos



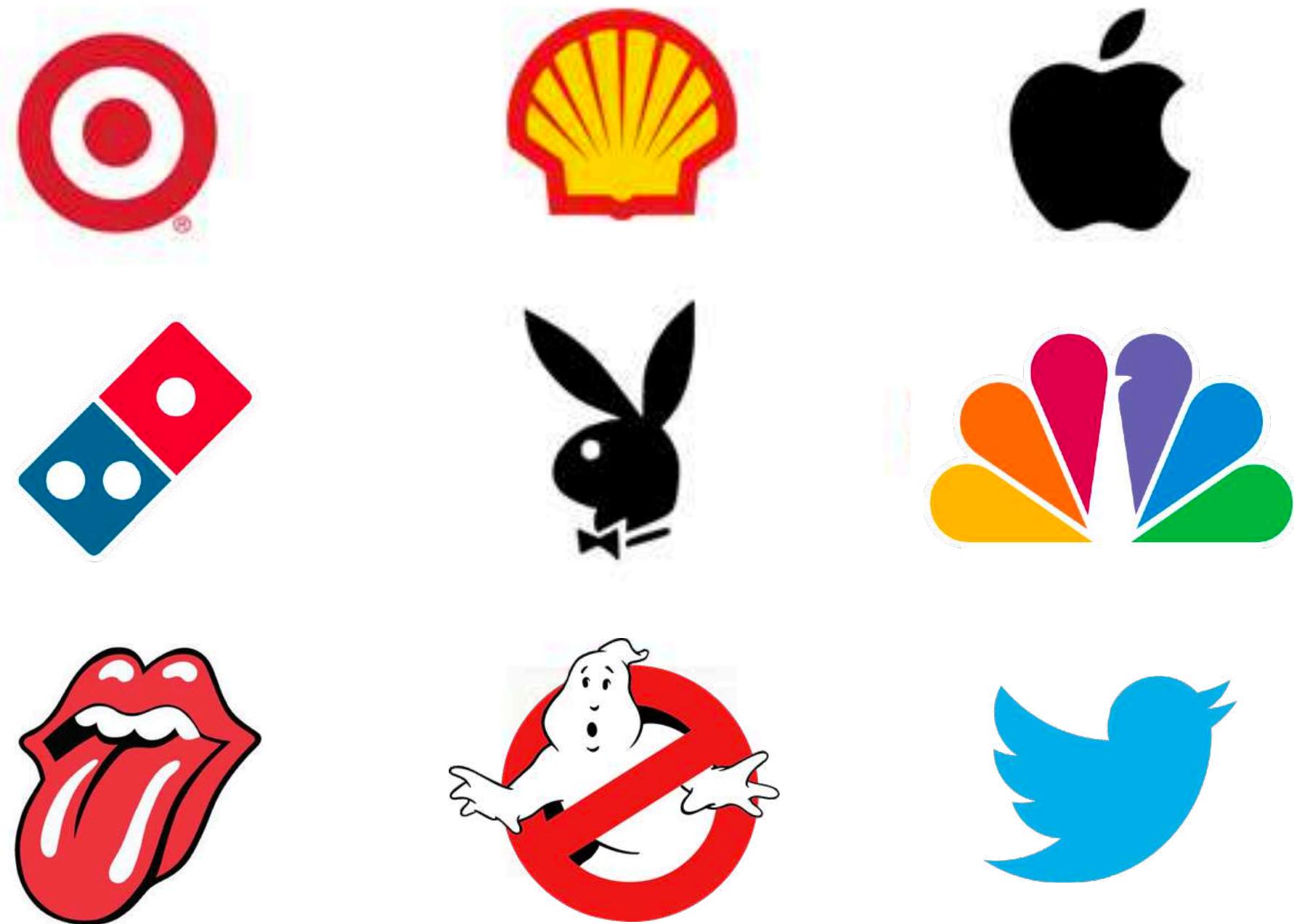
é mais fácil lembrar **HBO** do que o nome completo Home Box Office ou **NASA** no lugar de National Aeronautics and Space.

## ESTILOS DE LOGO

# marcas pictóricas

### brandmark

Quando uma marca usa uma imagem literal e reconhecível. Ela pode fazer alusão ao nome da empresa, missão ou até mesmo representar um atributo da marca.



✓ reconhecível e com personalidade

⊕ melhor para marcas com nome mais reconhecível

## ESTILOS DE LOGO

# marcas abstratas

### symbolic marks

A forma visual é encarregada de transmitir a ideia ou atributo de marca, por isso, são extremamente difíceis de serem criadas.

Elas são capazes de transmitir **ambiguidade**, funcionando muito bem para empresas com muitas divisões,



✓ **distintas  
e únicas**

⊕ **difícil associação para  
empresas novas ou menores**

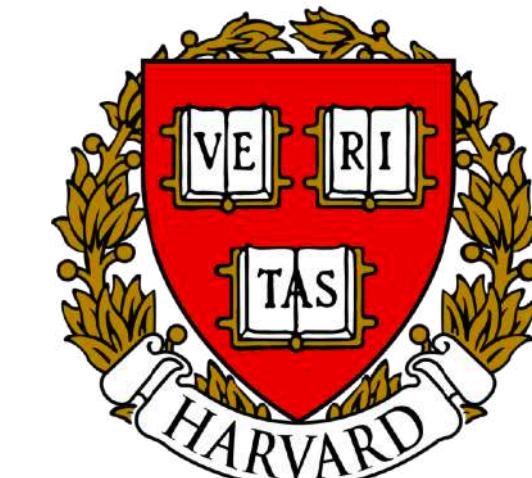
## ESTILOS DE LOGO

# emblemas

Compostos por um desenho pictórico essencialmente ligado ao nome da empresa. Seus elementos nunca aparecem isolados. Apesar de serem conhecidos pela sua ampla facilidade de aplicação, é preciso ter atenção quando o assunto é legibilidade em aplicações reduzidas.

 atemporal e  
tradicional

 utilização em aplicações  
reduzidas pode ser um problema



## ESTILOS DE LOGO

# personagem

### mascotes

Um personagem incorpora os atributos e valores da marca, tornando-se muitas vezes o elemento central em campanhas e seus demais usos. Por mais que elas sejam atemporais e capazes de personificar a marca, muitas vezes precisam ser redesenhasadas para se manterem atualizadas.

 versátil e amigável

 comum em esportes, alimentos e produtos de limpeza



## ESTILOS DE LOGO

# combinadas

Tipo mais utilizado por diversas empresas, visto que ele facilita a transmissão da mensagem através de texto e figura.



versátil e  
reconhecível

pode utilizar texto e imagens  
juntos ou individualmente

# características

## CARACTERÍSTICAS

As necessidades e contextos criam novas formas das marcas se comunicarem. Algumas

### característica

SUSTANTIVO FEMININO

1. traço, propriedade ou qualidade distintiva fundamental.
2. (sinônimo)  
qualidade, atributo, aspecto, traço, particularidade, propriedade, peculiaridade, individualidade, etc



## CARACTERÍSTICAS

# dinâmicas

## mutantes

Diferente de outros tipos, esse tipo de logo se adapta no contexto que é utilizado. Os elementos da marca podem mudar sem perder a essência da identidade desenvolvida.

✓ criativas e adaptáveis

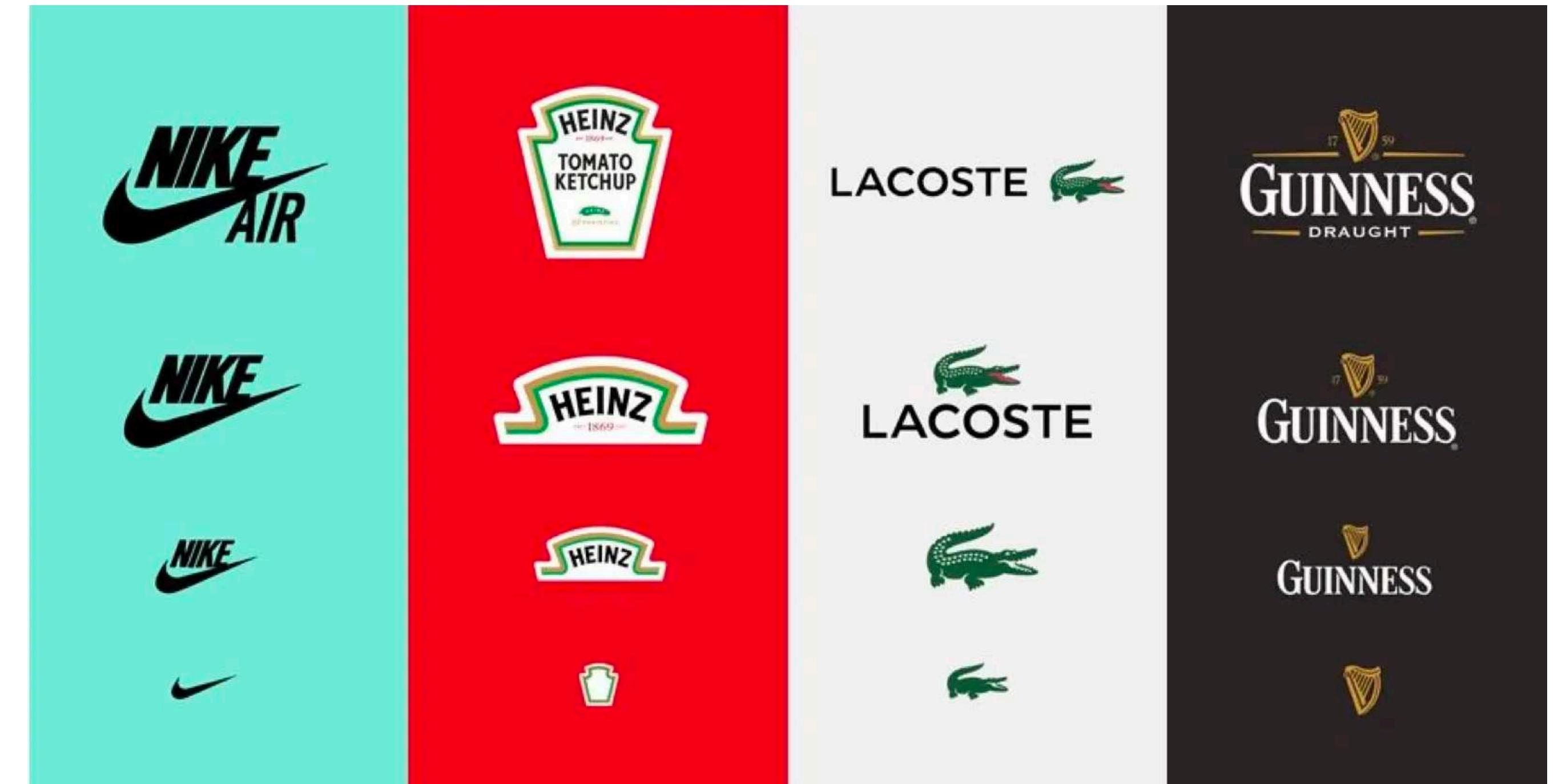
⊕ alinhada com necessidades atuais



## CARACTERÍSTICAS

# responsivos

Um logo responsável é aquele que se adapta ao seu ambiente. Em cada diferente mídia, o logo se adaptará e responderá para ter a melhor aparência.



✓ versátil e  
reconhecível

⊕ os elementos são  
pensados para reduções

## CARACTERÍSTICAS

# espaço negativo

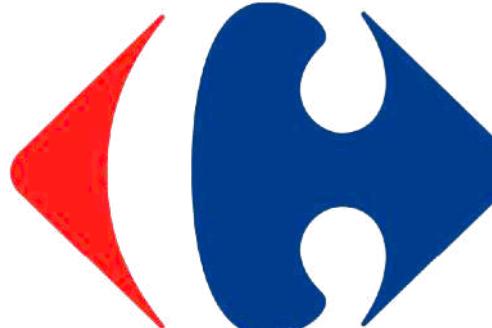
Na arte e no design, o espaço negativo é o espaço em branco dentro de letras e fotos para criar uma nova imagem. Usar o espaço negativo é uma maneira simples de tornar os logotipos visualmente interessantes.



versátil e  
reconhecível



os elementos são  
pensados para reduções



S P A R T A N  
GOLF CLUB



O desafio do designer  
gráfico é transformar  
dados em informação  
e informação em  
mensagens com  
significado



KATHERINE MCCOY

## CURADORIA DO CONHECIMENTO

→ **seguir:** instagram

@brandmasters.br

@quarto.criativo

@moyses.remma

@efeitoorna

@howtobranding

@ricardonucci

@marcelokimuradesign

→ **seguir:**

**BrandlNew**

[underconsideration.com/brandnew](http://underconsideration.com/brandnew)



BP&O

[bpando.org](http://bpando.org)



[identitydesigned.com](http://identitydesigned.com)

**The Brand Identity**

[the-brandidentity.com](http://the-brandidentity.com)

 **designerd**

[designerd.com.br](http://designerd.com.br)

branding &  
identidade visual

---

**OBRIGADO**