



# **LOGOTIPO**

Disciplina: **Oficina de Direção de Arte**

Professor: **WANDERLEI PARÉ**

# Avaliação de Logotipos

- Para avaliar um logotipo podemos nos basear em conceitos técnicos, mercadológicos e estéticos. Com o objetivo de simplificar nosso estudo, vamos deixar de lado os conceitos estéticos, que são muito subjetivos e, portanto dão margem a muitas opiniões. Afinal o que é belo para uma pessoa, pode ser algo indiferente para outra. E, já diz o ditado, "gosto não se discute".



# Logotipos

## Características Técnicas

Ao analisarmos os logotipos de empresas de sucesso, podemos observar algumas características comuns, tais como:



# Logotipos

## Uso de cores

Normalmente reduzido, com a combinação de duas ou três cores. Em alguns casos, uma única cor.

Logotipos em duas cores ou logotipos que além de duas cores usem também a cor preta normalmente produzem desenhos agradáveis e são bastante econômicos na hora da impressão gráfica. Há ainda casos de logotipos que adaptam-se com facilidade e podem ter suas cores reduzidas, sem perder a identidade.



# Logotipos

## Legibilidade

É a capacidade que o logotipo tem de ser lido com facilidade. Pode parecer incrível, mas por uma questão de estilo, alguns logotipos têm caracteres entortados, girados, combinados, etc. que fazem com que a sua leitura torne-se difícil.

Aposte na simplicidade e procure observar se o logotipo é bem legível à distância. Se você tiver dúvida, compare a legibilidade do logotipo da sua empresa com um de outra empresa do mesmo tamanho à mesma distância.



# Logotipos

## Reprodutibilidade

É a capacidade que o logotipo tem de ser facilmente reproduzido. Significa que, quanto mais simples for o desenho do logotipo, mais fácil será sua reprodução.

Vale evitar um número excessivo de linhas ou elementos. Mais uma vez, aposte na simplicidade.



# Logotipos

## **Adaptabilidade**

É a capacidade que o logotipo tem de ser adaptado em situações diversas. Quando um logotipo é criado, não há como prever com exatidão a totalidade de peças em vai ser aplicado. Por isso, é tão importante a capacidade de adaptar-se. Não é em todas as peças gráfica que os logotipos podem ser aplicados em fundo branco; nem podem ser aplicados na horizontal e nem podem ser usados em cores.



# Logotipos

## Características Mercadológicas

Um logotipo é sempre criado em função de uma empresa, que vende determinado produto ou serviço.

Esta empresa, por sua vez tem (ou deverá ter) um grupo de consumidores.

Lembre-se: o foco deve estar no cliente.

É o cliente quem determina o sucesso de uma empresa.





# Logotipos

## Características Mercadológicas

Atender clientes é a razão e a finalidade da empresa existir.

Portanto, o logotipo deve ser criado pensando neste grupo de consumidores, que pode ser dividido em características como sexo, idade, classe social, hábitos cotidianos, etc.



# Logotipos

## Características Mercadológicas

Há empresas que têm públicos mais genéricos.  
Por exemplo: as empresas de telefonia, que têm consumidores jovens, adultos, idosos, homens, mulheres, etc.

Neste caso, o logotipo deve alcançar esta generalidade.



# Logotipos

## Características Mercadológicas

Em outras empresas, o público tem algumas características restritas.

Por exemplo: fabricantes de roupas de grifes femininas. Neste outro caso, as características do público são restritas.



# Logotipos

## Características Mercadológicas

Um bom logotipo deve "tocar na sensibilidade" do mercado consumidor;

deve despertar sua atenção;

deve criar empatia;

deve, enfim, simbolizar os conceitos que a empresa deseja transmitir ao mercado e deve traduzir o que o mercado pode esperar da empresa.



# Logotipos

## Características Mercadológicas

Faça um check-list para verificar se o seu logotipo atende (ou traz referência) aos pré-requisitos mercadológicos:

Missão: Qual é a missão da empresa?

Produtos/Serviços: Quais serão os produtos ou serviços oferecidos?



# Logotipos

## Características Mercadológicas

Posicionamento: Qual o posicionamento da empresa?

Concorrência: Como seus concorrentes tratam a logotipia?

Diferencial: existe um diferencial oferecido pela sua empresa? Qual é este diferencial?



# Logotipos

## Características Mercadológicas

Conceitos: Quais serão os conceitos passados para os clientes da empresa?

Clientes: Quem são os seus clientes? O logotipo sensibiliza seus clientes



# Aplicação em Veículo

