



Curso Técnico Nível Médio Subsequente

Informática Para Internet

Princípios de Design e Projeto Gráfico

Aula 03

Projeto para criação de logomarcas

Erick Bergamini da Silva Lima

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia
do Rio Grande do Norte

Natal-RN

2015

Presidência da República Federativa do Brasil

Ministério da Educação

Secretaria de Educação a Distância

Este Caderno foi elaborado em parceria entre o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia e o Sistema Escola Técnica Aberta do Brasil – e-Tec Brasil.

Equipe de Elaboração
Cognitum

Projeto Gráfico
Eduardo Meneses e Fábio Brumana

Coordenação Institucional
COTED

Diagramação
Yann Valber

Professor-autor
Erick Bergamini da Silva Lima

Ficha catalográfica

L555i Lemos, Elizama da Chagas.

Informática para internet : Princípios de design e projeto gráfico : Aula 03 : Projeto para criação de logomarcas / Elizama das Chagas Lemos, Erick Bergamini da Silva Lima. – Natal : IFRN Editora, 2015.

19 f. : il. color.

Este Caderno foi elaborado em parceria entre o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia e o Sistema Escola Técnica Aberta do Brasil – e-Tec Brasil.

1. Design Gráfico. 2. Programa Inkscape. 3. Imagem Vetorial. 4. Imagem Digital. I. Lima, Erick Bergamini da Silva. II. Título.

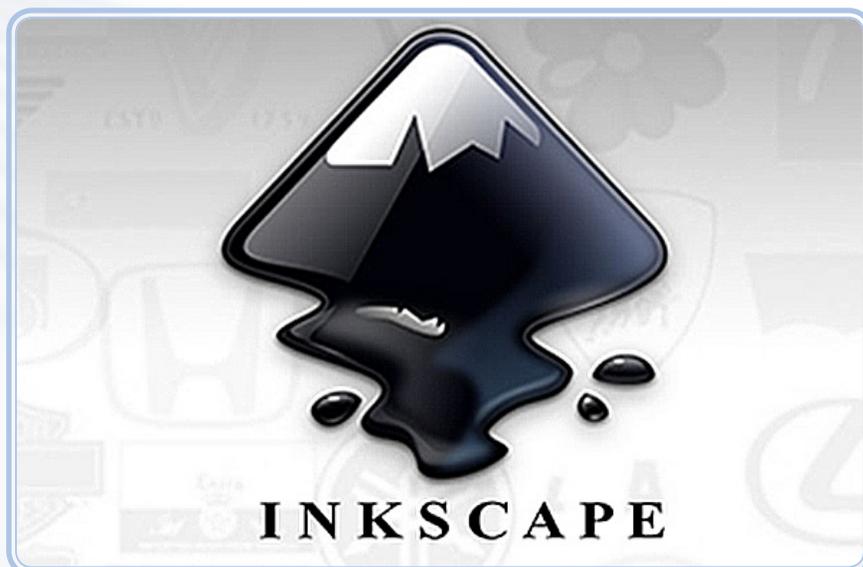
RN/IFRN/EaD

CDU 74:655.2/3

Catálogo da publicação da fonte. Bibliotecária Edineide da Silva Marques, CRB 15/488

Apresentação da aula

Olá, agora que já vimos as técnicas de *design gráfico*, vamos seguir com os nossos estudos. Vamos começar com a parte prática da disciplina, mas antes de colocar a “mão no mouse” gostaria de falar um pouco a respeito da ferramenta (*software*) que utilizaremos para a criação e edição de imagens vetoriais ao longo do curso. O *software* que utilizaremos aqui será o Inkscape 0.91.



Fonte: http://blog.zooppa.it/wp-content/uploads/2014/01/logo_brand.gif

Figura 01: Logo do Inkscape - Editor de imagens vetoriais.

O Inkscape é um *software* utilizado para a criação de imagens vetoriais, ou seja, imagens que não perdem a qualidade quando se aumenta o tamanho, o que a torna ideal na criação de logomarcas ou itens para impressão.

Esse *software*, atualmente, é mantido por uma comunidade de desenvolvedores voluntários e licenciado sob a GNU General Public License, ou seja, é um programa livre, com o código aberto e de graça para todos. Iremos utilizá-lo por estar mais acessível a todos, pois possui suporte para os sistemas operacionais mais utilizados, como Linux, Windows e Mac OS.

Aula 3 - Projeto para criação de logomarcas

Objetivos

Ao final desta aula, você será capaz de:

entender o processo de criação de um símbolo ou logomarca;

saber o funcionamento básico do programa Inkscape, conhecendo as suas ferramentas mais importantes;

utilizar o *software* para criar uma imagem vetorial, exportar para uma imagem digital e manter esta imagem para modificações futuras.

DESENVOLVENDO O CONTEÚDO

De certo modo, todas as empresas querem ser lembradas, principalmente, na hora em que o cliente está precisando de um serviço ou produto que ela tem a oferecer, mas fazer com que os clientes lembrem-se dela não é tão fácil como parece. Normalmente, para se caracterizar uma empresa, é necessário que se crie uma marca associada a ela, assim, quando o cliente observar essa marca, lembrar-se-á da empresa. A marca pode ser um texto, uma imagem, uma forma e até um som ou um cheiro. Qualquer tipo de estímulo que leve a lembrar que essa empresa existe é válido nessa situação.

Mesmo tendo um mundo de possibilidades diferentes para se associar um produto ou empresa a uma marca, aqui, neste curso, iremos focar apenas na criação de símbolos que lembram uma empresa. A este tipo de símbolo nós damos o nome de Logomarca.

LEMBRE-SE

Podemos dizer que uma logomarca é um símbolo que remete a uma empresa ou produto. Mas, então, fica a pergunta:

O que é preciso para se criar uma logomarca?

Precisamos perceber a logomarca como a síntese da empresa ou produto, então a logomarca pode vir acompanhada do nome da empresa ou não, fica a cargo da empresa ou do *design* decidir qual a melhor forma. A logo é de grande importância para as empresas, pois ela é o símbolo que a representa, sendo seu maior patrimônio visual. Uma empresa sem uma marca forte, não emplacaria no mundo globalizado de hoje. O que seriam das empresas como a Nike, Adidas, Coca-Cola, Pepsi, dentre várias outras empresas que utilizam logomarcas fortes, se suas marcas não caíssem no gosto do público, ou se tornassem motivo de chacota? Certamente, essas empresas iriam perder a credibilidade, o que poderia vir a se tornar a sua ruína. Então, acredito que entendemos a importância desse trabalho tão minucioso.



Figura 02: Exemplo de logomarcas originais e criativas.

ATIVIDADE



Escolha uma logomarca de alguma empresa bem conhecida e tente descobrir qual a mensagem que essa logomarca quer passar para você, registrando as suas impressões.

LEMBRE-SE!

Sempre em um trabalho gráfico, o *design* deve levar em consideração todos os princípios estudados no curso para poder criar uma imagem que possa ser tanto eficiente quanto atraente.

Logomarca VS Logotipo

A logomarca é um símbolo simplesmente. Já o logotipo é composto de um símbolo acompanhado do nome ou de um *slogan* da empresa (frase de efeito curta), ou letras e palavras, estilizadas ou não, que utilizam fontes únicas que se diferenciem do texto convencional. É muito fácil fazer essa confusão, até porque, às vezes, certas letras podem remeter a um símbolo, o que deixaria uma dúvida acerca da natureza daquele logo, se seria marca ou tipo. Mas, de certo modo, para facilitar as coisas, logomarca não possui textos (tipos). Simples, não?



Fonte: ifrn.edu.br; caixa.gov.br

Figura 03: Logomarca do IF e Logotipo da Caixa.

Criação de Logomarca

A maioria das logomarcas é composta de imagens abstratas ou que se assemelham a alguma forma. Imagens abstratas são aquelas cuja forma não tem semelhança ou relação direta a algum objeto, já a imagem imitativa se assemelha a algum objeto, usando algumas características dele para criar uma relação entre ela e o objeto imitado.



Fonte: Adaptado de http://3.bp.blogspot.com/-e4-5vZgnods/TWyyNcYXeII/AAAAAAAAAMBC/5w_6x7ZLKDg/s400/meaningful-logos-07.jpg ; http://cdns2.freepik.com/fotos-gratis/forma-abstrata-colorida_23-2147501144.jpg

Figura 04: Exemplo de imagens abstrata e imitativa.

Vocês conseguem perceber que, na figura 4, a imagem imitativa tenta se assemelhar a um lápis e a um paraquedas? Já a abstrata, não se parece com nenhum objeto real.

Ainda sobre as imagens imitativas, nós podemos considerá-las de três tipos básicos:

- **Verossimilhança**, que é a imitação plena de alguma coisa, tentando se aproximar o máximo possível com o objeto alvo.
- **Simplificação**, que é uma imitação simplificada do objeto alvo, referenciando-se apenas suas formas e funções, como silhuetas, movimento e funcionalidade básica.
- **Estilização**, que é uma referência ao objeto utilizando formas exageradas ou com grande discrepância com o real, como uma caricatura do objeto.

LEMBRE-SE

A qual o tipo de imagem imitativa (verossimilhança, simplificação e estilização) você acha que pertence o lápis na figura 4? Se você pensou em estilização, acertou!

Sabendo disso, podemos concluir, então, que para criar uma logomarca precisamos, antes de tudo, saber sobre a empresa alvo, tirando-se o máximo de informações sobre o produto que ela trabalha, para que ele serve, qual o seu objetivo, quais os ideais da empresa, qual o seu público-alvo, o que a empresa deseja passar para seus clientes, etc. Com essas informações, podemos dar início a sua seleção, seguindo alguns critérios para decidir quais informações devem ser utilizadas e quais não devem ser. Essa seleção deve ser feita pelo *designer* juntamente com o representante de *marketing* da empresa, para que eles possam decidir quais mensagens a logomarca deve passar.

Vamos, agora, parar um pouco para fazer uma atividade, antes de continuarmos nossos estudos sobre princípios para a criação da marca que discutiremos a seguir.



ATIVIDADE

Procure logomarcas conhecidas que sejam do tipo abstrata, imitativa por verossimilhança, por simplificação e por estilização e escreva o nome da empresa vinculada a cada logomarca e diga, no caso das marcas imitativas, o que tentaram imitar. Siga o exemplo:



Fonte: http://www.omegabrasil.net/v2011/apple_logo.jpg

Figura 05: Logo Apple.

Apple, imagem imitativa ou simplificação que tenta imitar uma maçã.

Princípios para a criação de Logomarcas

Princípio I: A logomarca deve ter um significado único e original

Ser original é o mais importante princípio, pois a originalidade é o que garante que a marca irá se diferenciar dentre as outras. Uma marca deve sempre passar o que há de melhor na empresa, desde um desenho com traços minimalistas para dar a ideia de praticidade a um desenho com traços retrô para passar a confiança de uma empresa há muitos anos no mercado.

Deixar uma logomarca bonita e atraente é outro item importante, pois olhar para uma imagem muito detalhada ou que tenha cores que dificultem a leitura e entendimento pode fazer com que a logomarca não passe uma ideia agradável a quem a observa. Isso acontece porque quem olha para a imagem precisa forçar a vista para a mais básica compreensão, podendo comprometer a integridade da empresa que ela representa.

Então, a ideia não é só chamar a atenção de qualquer forma, e sim fazê-lo de maneira graciosa e eficiente. Outro fator importante é o seu próprio senso crítico. Não tenha medo de perguntar a várias pessoas, mesmo que leigas no assunto, se aquela imagem a agrada, ou se consegue passar a ideia que representa.



Figura 06: Exemplo de logomarca criativa e de uma logomarca copiada.

LEMBRE-SE

Caso queira saber um pouco mais sobre casos de plágio de logomarcas acesse o endereço:

<<http://nelcigomes.jusbrasil.com.br/noticias/120464989/plagio-uma-realidade-cada-vez-mais-presente-no-mundo-das-marcas>>.

Princípio II: Deve existir uma associação da imagem à empresa

Como dito, anteriormente, o vínculo entre a empresa e a marca deve ser forte o suficiente para existir uma identificação imediata, através da logomarca, de qual empresa se trata e o que ela representa. Então associar a marca a ideais pregados pela empresa, ou os serviços ou produtos a ela associados é importantíssimo.

A coerência entre a imagem e a empresa deve ser clara; sendo assim, não podemos criar um ícone que passe um ar inovador para uma empresa tradicional e vice-versa, não devendo haver dissonância entre a identidade visual da logomarca e os ideais da empresa, evitando possíveis desarmonias que causariam confusão aos olhos de possíveis clientes.



Figura 07: Exemplo de uma marca criativa que pode ser vista tanto como um jogador de golfe quanto um capacete espartano.

Princípio III: Maximizar a chance de reconhecer e associar a marca à empresa

A logomarca deve ser facilmente legível e identificável, não possuindo uma complexidade elevada, uma vez que não se quer que o cliente se esforce para entender o que a logomarca quer dizer. Aliás, quanto mais simples e direta a logomarca conseguir passar a informação, melhor. As pessoas não querem perder tempo ou se esforçar para entender algo que deveria ser simples, prático e direto.

Então ser objetivo na sua criação pode maximizar a chance de reconhecimento e associação da logomarca. Outro fato importante é a capacidade adaptativa da marca, uma vez que esta poderá ser remodelada com o passar do tempo. Uma dica para testar a capacidade de reconhecimento é a capacidade de resistência de fragmentação da imagem, que consiste em um teste em que se retira uma parte da logomarca para ver se é possível reconhecê-la mesmo assim.



Fonte: <https://www.google.com.br/images/srpr/logo11w.png>; <https://www.apple.com/v/home/bq/images/og.jpg?201504230753>; http://mlb-s1-p.mlbstatic.com/bateria-celular-ig-e475-optimus-11-ii-tri-bl-44jn-original-8493-MLB20004378569_112013-O.jpg; http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/1a/Volkswagen_Logo.png.

Figura 08: Partes de logomarcas famosas.

Princípio IV: A marca deve ter a capacidade de se adaptar a diferentes cenários.

Ao criar uma logomarca, deve-se ter em mente quais meios de divulgação serão utilizados para difundi-la. Sendo assim, a marca deve ser desenvolvida de forma que a sua reprodução possa ser feita em vários tipos de formatos, como impressão em papel, *outdoors*, broches, camisetas, *folders*, bordados, etc.

Um dos problemas que vale citar é a criação de logomarcas com muitos detalhes, porque a sua produção em materiais com alto teor de flexibilidade, como couro ou tecido, pode ser comprometida. Outro exemplo seria uma imagem muito detalhada que precisa ser impressa em um pequeno *bottom*, o que a tornaria apenas um borrão a visão dos clientes. Mais uma dica é evitar efeitos abusivos. Logo contendo volumes tridimensionais, luzes e sombras podem dar um belo efeito, porém sua confecção pode ser complexa de-

mais, o que aumentaria o custo da produção. Outro problema seria a criação de marcas muito extensas, o que inviabilizaria seu uso em itens pequenos.



Figura 09: Exemplo de logomarca com partes pequenas.

Princípio V: Mesmo adaptada, a marca deve remeter à lembrança da anterior

Para poder passar a ideia de renovação da marca ou da empresa, como se fosse um novo passo ou fase, é bom que a empresa modifique a marca para se adaptar às novas tendências. Esse é um recurso que cada vez mais empresas têm se utilizado para deixar sua logomarca sempre com um tom inovador. Porém, muitas vezes, essas mudanças podem ser radicais o suficiente de maneira a perder totalmente seu sentido inicial. Então, devemos levar em consideração quais alterações devem ser efetuadas e, principalmente, lembrar de manter alguns elementos-chaves da marca para que seu sentido não se perca na transição.

Perder uma marca pode significar o esquecimento ou estranhamento por parte do público-alvo em geral. Uma dica é ter cuidado com as mudanças apenas para ceder a tendência gráfica, pois assim que esta acabar, a marca irá transmitir a ideia ultrapassada, ou seja, crie ícones que não remetam apenas ao presente, mas também ao futuro.

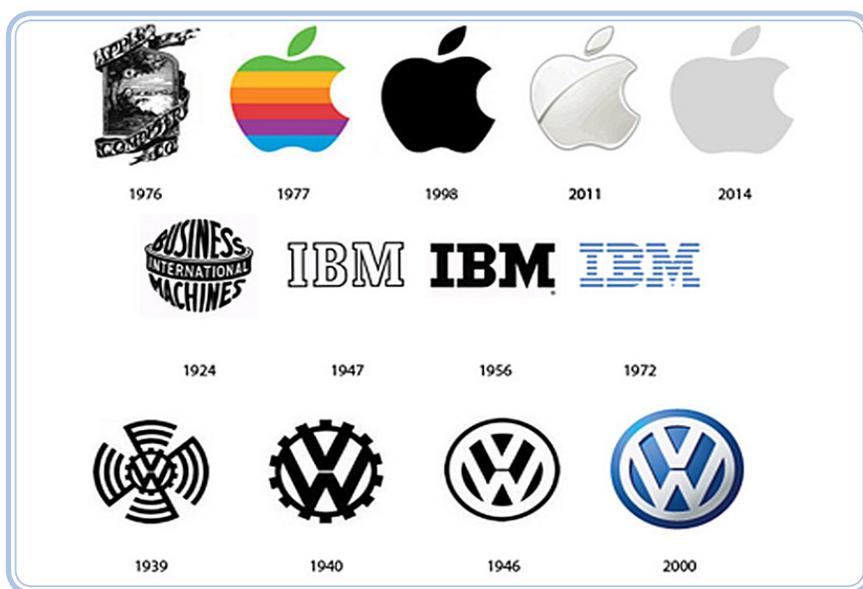


Figura 10: Evolução de algumas logomarcas famosas.

Dicas e considerações finais

Acredito que até agora você já deve ter aprendido que a criação de logomarca não é um processo tão simples assim. É necessário criatividade e habilidade para criar uma marca que representará toda uma empresa. Então, para facilitar a criação, veremos algumas dicas rápidas que podem facilitar, e muito, o processo mais complicado de todos: o de criação.

Dica 1: Faça uma pesquisa antes da criação. Converse com pessoas da empresa e tente entender os processos envolvidos na entrega dos serviços ou produtos. Assim você vai entender o ideal da empresa, além da possibilidade das várias ideias que surgirão.

Dica 2: Faça um *brainstorm* antes da criação. *Brainstorm*, ou tempestade de ideias, é uma técnica em que você vai registrando todas as ideias que você conseguir ter durante um período de tempo, e depois as seleciona e as organiza. Assim você, certamente, conseguirá ter um ponto de partida para, depois de escolher uma das ideias, lapidá-la até que se torne uma ideia que atenda a todos os requisitos citados acima.

Dica 3: Utilize as cores de forma adequada. Tente conhecer quais as cores da empresa e, se não houver nenhuma, tente escolher cores que possam referenciar o espírito da instituição. Porém evite cores gritantes ou que difi-

cultem o entendimento dos símbolos e textos. Tenha em mente que as cores podem influenciar psicologicamente e devem transmitir apenas os sentimentos de acordo com a marca.

Dica 04: Evite utilizar efeitos como chanfro, entalhe, degradê, etc. Criar efeitos pode deixar a logomarca bonita, porém a sua produção em diferentes mídias pode não sair como o planejado.

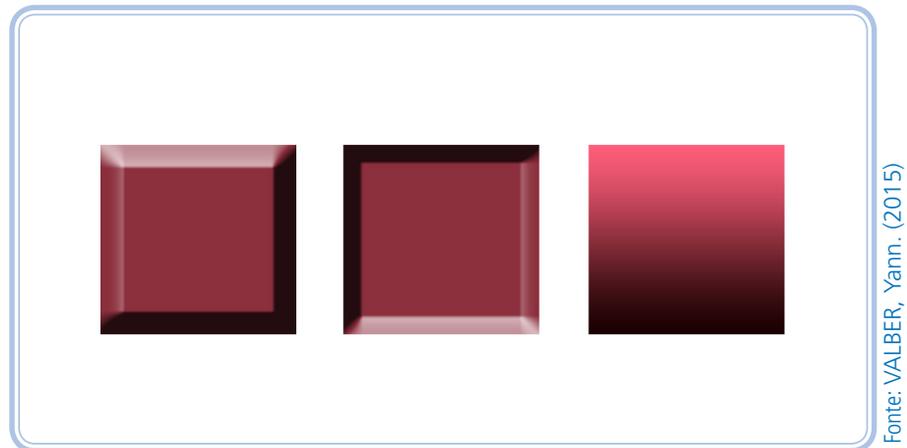


Figura 11: Exemplos de Chanfro, entalhe e degradê.

Dica 05: Teste os tamanhos. Ou seja, coloque o símbolo em diferentes tamanhos para saber a adaptabilidade da logomarca em diferentes meios.

LEMBRE-SE!

Seja original. Evite copiar ideias alheias, pois, além de ser um problema judicial, não é ético copiar algo que não lhe pertence. Use a sua mente para produzir algo único, belo e genial. Se você se esforçar, com certeza, conseguirá.

RESUMINDO

Logomarcas são importantes para a identificação de uma empresa, então elas devem transmitir sua essência de maneira categórica, utilizando vários recursos que tornarão o processo de criação muito mais fácil. Com criatividade e segurança profissional, podemos seguir os princípios de originalidade, associabilidade, reconhecimento, adaptabilidade e perseverança e criar marcas que durarão por anos a fio.

Parte prática: utilizando o Inkscape

Assista à videoaula Trabalhando com imagens vetoriais no seu material digital para aprender a utilizar as ferramentas básicas do Inkscape e poder realizar a próxima atividade.

LEITURAS COMPLEMENTARES

Recomendamos a leitura do artigo A evolução dos logotipos no endereço: <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/a-evolucao-do-design-de-10-logos-famosos>>. Durante a leitura, você vai acompanhar as mudanças ocorridas em outras logomarcas famosas com o passar do tempo. Boa leitura!

AVALIANDO SEUS CONHECIMENTOS

Agora que você já sabe a ideia de criar uma logomarca, tente criar sua própria logomarca, utilizando todos os passos descritos, no Inkscape. A logo pode referenciar a seu nome, ou a seu trabalho, etc. Explique o porquê da logomarca e quais os elementos e as ideias que você tentou transmitir.

CONHECENDO AS REFERÊNCIAS

BRITO, Breno de. **Criação de logomarcas e identidade visual**. Piauí: AESPI, 2011.

CESAR, N. **Direção de arte em propaganda**. 1. ed. São Paulo: Futura, 2000.

PEREZ, Clotildes. **Signos da marca: expressividade e sensorialidade**. São Paulo: Thomson, 2004.

