

# LOGOTIPOS E LOGOMARCAS

## CONCEITOS

### MARCA

- 1 - Símbolo gráfico identificador de uma empresa, produto ou serviço.
- 2 - Convenção utilizada para definir um produto, serviço ou empresa, incluindo sua denominação comercial e origem. (Ver Brand e Logomarca)

LOGOMARCA - Símbolo gráfico identificador de uma empresa ou marca, quando composta do símbolo em si mais o logotipo. (Ver Logotipo e Marca)

## SIGNIFICADOS - MENSAGENS

LOGOTIPO - Letras (especialmente desenhadas ou adaptadas) utilizadas para compor o nome de marca ou empresa. (Ver Logomarca)

As marcas devem refletir o segmento em que a pessoa jurídica ou física esteja inserida. Deve lembrar em cor, formato e símbolos se houver, a idéia central da pessoa que irá representar.

## CORES FORMAS

As cores podem agregar sentido às formas utilizadas na elaboração da marca, entretanto existem referências que também influenciam nos sentimentos da pessoa que observa uma marca. Agro-business, a exemplo, deveria se utilizar de tons verdes, porém se alguma marca no mercado já tiver feito muito investimento e tornado conhecida outra cor no ramo de negócios, outras marcas poderão se valer dessa cor sem risco de perder o sentido do segmento.

Um exemplo é a marca Coca-cola que se utiliza tons vermelhos contrários à idéia de frescor.

As marcas devem ser fieis ao conceito da pessoa que irá representar para garantir prevalecer esta identidade verossímil na sua difusão.

## LOGOTIPOS, LOGOMARCAS E CORES

A imagem é o veículo mais poderoso de comunicação com seu público, por isso o cuidado sobre que imagem esta marca irá refletir, demanda muita atenção.

A marca representa um instrumento de identidade, tem o poder de criar diferenciação e destaque se bem desenvolvida.

Para se obter sucesso com uma marca deve existir um planejamento e gestão desta.

Depois de elaborada e difundida esta marca deve ser gerida para posicionar-se no mercado de forma planejada para obter sucesso e impulsionar os negócios.

## ALGUMAS CONSIDERAÇÕES NA CRIAÇÃO

Marcas podem ser complexas, sofisticados ou minimalistas e objetivas. O mais importante é se utilizar de criatividade e pensar em se posicionar facilmente na memória do público alvo.

Por meio de estudos, foi comprovado que, em design, as pessoas podem ler mais rápido e compreender com maior facilidade textos escritos com letra minúscula.

## ALGUNS EXEMPLOS DE LOGOMARCAS FAMOSAS





## Estudo das Cores

A luz é incontestavelmente a primeira fonte de vida.

Todos os processos bioquímicos da natureza dependem da luz e são intensificados com a exposição da cor adequada para cada caso específico.

As cores representam um papel importante na vida humana, mesmo não percebendo, essa influência existe e atua vivamente em nosso físico, mental e emocional.

Pesquisas têm demonstrado que as cores frias do espectro azul, índigo e violeta têm efeito calmante e relaxante, enquanto as cores quentes – vermelho, laranja e amarelo – estimulam, ativam e irritam.

Enquanto algumas cores têm efeito deprimente, outras despertam alegria, algumas tristeza e outras excitam as atividades motoras. A verdade é que cada tonalidade desperta em nós alguma reação, quer física, emocional ou psicológica. Basta sabermos o momento certo e a melhor forma de usá-las.

# Vermelho



Simboliza perigo, fogo, sangue, paixão, guerra, combate e conquista. Cor de aproximação e encontro. O escarlata eleva a pressão do sangue. É estimulante e energizante do coração

## EM PUBLICIDADE

Na criação de uma marca ou na propaganda, a cor vermelha é estimulante, motivadora e aumenta a atenção.

Indicado para artigos que indicam calor, energia e vitalidade, tais como: ginástica, remédios estimulantes, chocolate, queijos, etc.

O vermelho acentua a forma, é uma cor que impõe pelo impacto visual. Portanto, é fácil de ser recordada, porém rejeita a penetração prolongada.

## Tonalidade com o Preto

Quando misturada ao preto, obtém-se as tonalidades escuras, as quais podemos chamar “sombra”, “barro”, que representam o lado negativo, manifestando assim: violência, brutalidade, rudeza, obstinação, dominação, ressentimento, estagnação e rejeição. Inibe a atividade mental e provoca desânimo.

## Tonalidade com o Branco

Nos matizes do vermelho com o branco temos o lado positivo da cor, que representa: coragem, força de vontade, espírito pioneiro, determinação, espontaneidade, sinceridade, gratidão e perseverança.

## Matizes do Vermelho

Rosa – É a mistura do vermelho com o branco. É vital para a beleza feminina; enaltece, vitaliza e estimula; aumenta o desejo de prazer, abnegação e luxúria com um instinto natural. Causa a sensação de vida nova com coragem para enfrentar os obstáculos. Os atributos da cor rosa são: amor, simpatia, gentileza. Também é purificador sanguíneo. Rosa-choque – Cor curadora, cria o desejo de expressar o amor físico e amar o mundo.

Vinho – Purificador e depurativo sanguíneo.

# Laranja



Simboliza encorajamento, estimulação, robustez, atração, gentileza, cordialidade, tolerância e prosperidade.

É a cor do fogo e do sol (pôr-do-sol). A cor laranja simboliza o instinto maternal; talvez isso explique porque os homens raramente usam essa cor.

Sua associação afetiva relaciona-se à força, luminosidade, euforia, energia, tentação, prazer e senso de humor.

## EM PUBLICIDADE

O laranja estimula a necessidade de aquisição, porém seu efeito é mais moderado e menos agressivo que o vermelho.

Não é considerada na publicidade como uma cor que destaca, aparece e chama a atenção, como é o caso do vermelho, do amarelo e do azul. Porém, é de grande estímulo ao apetite.

### Tonalidade com o Preto

A cor laranja com o preto nos leva ao lado negativo dela, que causa: destrutividade, desespero, exibicionismo, orgulho, desânimo, preguiça, dependência e necessidade de apoio nos outros.

### Tonalidades com o branco

O laranja com matiz de branco revela o lado positivo dessa cor, que transmite: alegria, autoconfiança, entusiasmo, construtividade, independência, criatividade, aptidão, culinária, etc.

### Matiz do Laranja

Vermelho-alaranjado – É a mistura do laranja com o vermelho. É recomendado para baixa vitabilidade animal. Aumenta a tensão sanguínea e estimula o fluxo menstrual.

Representa ação já completada e é bom para determinar objetivos.

# Amarelo



Simboliza a cor da luz irradiante em todas as direções.

Para muitos povos antigos, representava o princípio animador da vida; para os chineses simbolizava a nobreza.

Simboliza a criatividade, as idéias, o conhecimento, um artista nato, contentamento, júbilo, alegria, adolescência, juventude e alimentação. Associa-se também à luz do sol e ao ouro.

## EM PUBLICIDADE

Por ser o amarelo a cor que estimula a psique, o uso desta cor na publicidade desperta a atenção e é invisível à distância. Porém, não é aconselhável o seu uso em superfícies muito extensas, pois sendo uma cor que se propaga muito, aumenta ainda mais a dimensão.

Apesar do impacto inicial, o amarelo não é uma cor que prenda a atenção, permitindo a compenetração e pode produzir a dispersão. Indicada para divulgação de artigos que indicam luz. O amarelo não é considerado uma cor motivadora.

### Tonalidade com o Preto

Os matizes de preto no amarelo trazem à tona o aspecto negativo da cor: representam o fim de um período feliz, como por exemplo, quando alguém é basicamente feliz no casamento e está se divorciando.

Não se usa essa cor na decoração, nem na roupa, pois ela vai induzindo as pessoas à tristeza.

As tonalidades escuras do amarelo indicam também: vaidade, egocentrismo, covardia, vingança, sentimentos de inferioridade, ciúmes, inveja e abstração.

# AMARELO

## Tonalidade com o Branco

Essas tonalidades representam o lado positivo da cor amarela. Percepção, bom humor, otimismo, confiança, mente aberta e lógica, amplo interesse e discernimento. Porém, não é uma cor saudável fisicamente, pois associa-se à palidez e à falta de saúde.

## Matizes do Amarelo

**Amarelo Claro** – Amarelo suavizado com branco. Possui a capacidade de assimilar os fatos com facilidade, mas não de maneira acadêmica. Desperta o desejo de ser feliz, mas com dificuldade de alcançar esse objetivo; causa debilidade à saúde.

Essa cor surge na aura quando a pessoa está passando por uma transição da tristeza para momentos ou períodos alegres e felizes.

**Dourado** – Vibração elevada, raramente vista por pertencer às altas esferas espirituais. Também podemos usa-la para entrarmos em ressonância com a inteligência superior, ou o “eu superior”.

Não é uma cor para ser usada em tratamento físico. Porém, seu uso causa a elevação do paciente, podendo resultar numa melhora acentuada em função da expressão de consciência e elevação espiritual que o indivíduo atinge.

**Amarelo Brilhante** – Denota intelectualidade, como no caso das pessoas que têm as respostas “na ponta da língua”.

**Amarelo Mostarda** – Torna as pessoas muito analíticas e até mesmo vingativas.

# Verde



Simboliza vida nova, energia, fertilidade e crescimento.  
O termo verde lembra juventude e inexperiência

## EM PUBLICIDADE

O verde não é uma cor que chame tanto a atenção, nem atraia rapidamente o olhar, como é o caso do vermelho, do amarelo e do laranja. Porém, é uma cor que facilita a concentração quando, por exemplo, da leitura de um texto, sendo ideal por não ser cansativo e nem saturar. Facilita a leitura, mantendo uma sensação agradável e equilibrante, possibilitando uma boa capacidade de julgamento sobre o tema ou produto apresentado, porém possui pouca força de sugestão.

O verde é ideal para apresentar qualquer produto associado à natureza, tais como produtos naturais e fitoterápicos, pois essa cor transmite a sensação de pureza do conteúdo. Em empreendimentos campestres ou quaisquer locais de lazer destinados a pessoas das grandes cidades, o uso da cor verde junto com o azul dará uma sensação de calma, tranquilidade e repouso.

## Tonalidade com o Preto

Nestes matizes, encontramos o lado negativo da cor verde, que se torna um sentimento perpétuo da injustiça, mágoa arraigada. Produz atitude de rígida fixação, inveja, ciúmes e superstição.

O verde escuro tem sido descrito como a imagem morta da vida, com tendência para ficar impaciente e perder a capacidade de ouvir.

## Tonalidade com o Branco

No verde com matiz do branco, temos o lado positivo da cor, que representa sucesso e prosperidade.

É a cor ideal para realização de bons negócios, atraindo as oportunidades para o indivíduo.

O verde-claro pode ser considerado como vida, "verde é vida", é a cor da vida na terra e da consciência humana.

Quando o verde for muito claro, quase um branco esverdeado, isso indica fraqueza. Este tom na aura representa timidez e comportamento de quem precisa ser conduzido pelos outros, ou alguém que esteja voltando a um bom caminho que estava trilhando no passado.

## Matiz do Verde

**Verde-limão** – É uma tonalidade do verde muito usada na cromoterapia. É a mistura do amarelo-claro com o verde-claro. O amarelo e o verde são purificadores, a cor limão possui as qualidades dos dois. É importante seu uso para facilitar o organismo a expelir as células mortas e os resíduos mórbidos. São esses resíduos, por exemplo, que compõem o catarro e para o catarro ser expelido exige-se um estimulante motor, propriedade esta que está contida na cor limão, que estimula também o sistema nervoso central. Possui efeito rejuvenescedor de todo organismo e elimina as toxinas. Possui ainda efeito laxante e estimulante cerebral, sendo muito útil nos casos de imbecilidade.

É importante observarmos que o fósforo e o enxofre estimulam o cérebro e ambos se encontram na cor limão.

O fósforo está presente nos ossos, sendo sua vibração de cor limão. Isso faz com que esta cor desempenhe importante ajuda no crescimento, como também é o maior fortificante ósseo entre todas as cores.

É um excelente complemento no tratamento do câncer.

O uso da cor limão é imprescindível em quaisquer condições crônicas, pois tem efeito antiácido sobre o corpo. O ouro e a prata são variantes polares do Yin e do Yang, e proporcionam uma vibração de cor limão.

O limão é ativador do timo, exercendo assim o controle do crescimento.

# Azul



Simboliza devoção, fé, aspiração, sinceridade, lealdade, confiança e tranqüilidade. "True blue" em inglês, significa leal.

O azul simboliza também sentimento triste, repouso, frescor, espaço, elegância, céu, paz e meditação.

## EM PUBLICIDADE

O azul é considerado uma cor básica na publicidade porque possui grande poder de atração.

É uma cor que neutraliza as inquietações do ser humano, acalmado o sistema orgânico. Como cor fria, é importante nos anúncios que caracterizam artigos frios ou refrescantes.

O azul é uma cor que envolve as pessoas, dando a sensação de aconchego e facilitando a compenetração com profundidade em temas, fazendo dela uma cor sugestiva.

O azul tem a propriedade de reduzir edificações, sendo útil quando se deseja reduzir grandes superfícies de divulgação. Se empregado nos espaços altos por ser a cor do céu, permite que as outras cores sobressaiam, dando destaque ao conteúdo anunciado.

## Tonalidade com o Preto

No azul com matiz de preto, temos o lado negativo da cor, que representa ambição pessoal, descrença, mentiras, infidelidade, estupidez, desregramento, desespero, procrastinação, apatia, falta de confiança, insatisfação com a ação dos outros, depressão, dispersão, superstição, hipocrisia, esnobismo, pretensão, instabilidade emocional, arredo e distante.

## Tonalidade com o Branco

O azul com matiz do branco proporciona uma sensação de beleza, generosidade, benevolência, cortesia, otimismo, visão ampla, compreensão religiosa, devoção, ajuda desinteressada, confiança, lealdade, integridade, serenidade, diplomacia, inspiração, etc.

A expressão americana "feel blue" (sentir-se azul), significa estar feliz e em paz.

Representa uma pessoa de fácil convívio, que tem o objetivo de alcançar um nível elevado de pensamento, sem nenhuma pressa.

## Matizes do Azul

**Azul-marinho** – É a cor que mostra um bom senso e comando sobre determinada situação.

Porém, os tons mais escuros possuem características de uma pessoa convencida da própria superioridade, que acredita que sabe tudo. Como também pode caracterizar pessoas emocionalmente instáveis.

**Turquesa** – A cor turquesa combina a ação purificadora do verde e o efeito calmante do azul.

Indicada nos tratamentos febris; recorre-se a essa cor quando a temperatura volta ao normal.

Tendo efeito oposto ao do limão, que é antiácido, o turquesa é uma cor ácida e possui efeito tônico, muito usado para restauração da pele. Nos casos de queimadura, usa-se após aliviar as chagas, pois apressa a formação da pele; um calmante cerebral nos casos de superatividade mental.

O turquesa representa a calma e a tranquilidade.

# Índigo



Simboliza idealismo, sinceridade, dignidade, graça, solenidade, noite.

## EM PUBLICIDADE

O índigo, por ser um tom mais forte do azul, mantém seu poder de atração, permitindo uma compenetração com mais profundidade. Não deve ser usada em textos muito longos, podendo causar uma desmotivação pela continuidade do texto.

### Tonalidade com o Preto

O índigo com matizes de preto contém os aspectos negativos da cor, que podem levar ao autoritarismo, ditadura, falta de compreensão, separatismo, isolamento e desintegração, usurpando a unidade de integração. Provoca ilusões obsessivas que podem envenenar a mente, dispersão, negativismo, medos, etc..

### Tonalidade com o Branco

O índigo com matiz de branco contém o lado positivo da cor, que representa lealdade, integridade, fé, confiança, destemor, intuição elevada, senso de unidade, devoção ao dever, mente ordenada, idealismo prático e grande atividade em seu meio.

# Violeta



Simboliza dignidade, devoção, piedade, sinceridade, festividade, espiritualidade, nobreza, esplendor, etc.

## EM PUBLICIDADE

Por ser uma cor imponente e elevada, associada à realeza, transmite uma sensação de luxúria, porém com pouca alegria. Isso faz com que essa cor seja pouco usada na publicidade.

## Tonalidade com o Preto

A cor violeta com matiz de preto representa seu aspecto negativo, que acarreta esnobismo, superestima de si próprio, arrogância, fanatismo, perversidade, ostentação de força, desconsideração e traição.

O violeta é um raio que transmite muito poder em qualquer esfera; portanto, os tons escuros seriam o poder mal empregado.

O lado negro do violeta é associado à morte.

## Tonalidade com o Branco

O violeta com matiz do branco representa o lado positivo da cor, que é associado à vida eterna, reverência pela vida, destaque no trabalho, liderança inspirada, simpatia, justiça, humanismo, abnegação, idealismo puro, transformação dos desejos e grandes poderes mentais.

## Matizes do violeta

A cor roxa é uma vibração próxima à do violeta, porém tem algumas características próprias, tais como: estimular as atividades das veias e provocar a expansão dos vasos sanguíneos, baixando a pressão sanguínea; diminuir a atividade funcional dos rins.

O roxo é recomendado para o tratamento de malária.

As cores Magenta, Púrpura, Escarlata e Marrom, não são visíveis no arco-íris, porém são vibrações intermediárias entre uma e outra cor.

São raios que estão na mesma escala vibracional da matéria e fazem parte da composição orgânica do corpo humano.

# Magenta



É a combinação o vermelho e violeta; sua cor complementar é o verde. Possui efeito energizante; é estimulante das adrenais de todas as glândulas endócrinas e do sistema reprodutivo e aumenta a atividade funcional do coração.

Tem efeito diurético, aumentando e estimulando a secreção urinária. Atua como estabilizador emocional.

Seu uso é recomendado para tratamento dos corpos etérico e áurico. É uma cor que contém grande possibilidade de cura, não pela sua atuação no físico (propriedade do azul), mas sim pela elevação do ser, podendo causar a transmutação das vibrações nocivas que estão somatizadas como doenças no corpo físico.

O magenta é considerado a cor da realização.

Trata-se de uma cor espiritual e possui efeito harmonizador nesse campo.

Quando as situações do dia-a-dia nos deixam em desarmonia, irritados, preocupados ou zangados, o magenta é a cor ideal para mudar este clima.

Quando alguém atinge o equilíbrio no campo emocional e psicológico, essa cor proporciona a sensação de plenitude.

É uma cor capaz de levar o ser das profundezas da consciência quase ao estado inconsciente. A luz magenta eleva o ser ao reino que transcende o físico, permitindo a conscientização real.

Por ser a cor do espírito, é o retrato da alma responsável pela transição para o espiritual. Por isso, é próprio às pessoas interiormente maduras.

Use raramente essa cor, apenas com propósitos de levar a pessoa às esferas espirituais.

# MAGENTA

Tem propriedade de realçar o efeito do violeta e pode causar desejo de fugir das situações oriundas da vida na matéria.

Desestimula a aceitação de desafios e torna-se uma cor perigosa para aqueles que têm tendência a fugir da realidade.

O emprego da cor magenta para as pessoas que estejam desequilibradas, oprimidas ou com muitos problemas é altamente perigoso, pois uma cor que proporciona toda sensação de liberdade espiritual como o magenta, dependendo do grau do desequilíbrio em que a pessoa se encontra, pode até induzir ao suicídio pelo anseio de não ser mais oprimida. Isso é claro para as pessoas que têm tendência suicida.

O magenta eleva a pessoa a tal ponto que a faz sentir desejo de desmaterializar.

Estimula a determinação quando às coisas relacionadas ao espírito.

O uso de roupa magenta proporciona a elevação do padrão energético, se a pessoa for consciente o bastante. Transmite suntuosidade, festividade e realeza. Impõe um comando, mas sem exigência.

O magenta na decoração mantém a disposição, a calma, a tranquilidade, com sentimento controlado e fornece concentração. Seu uso é indicado em salões, capelas, salas de leitura e conferências.

Não é recomendado para áreas de lazer.

# Púrpura



Tanto o púrpura quanto o escarlate são combinações do vermelho com o azul. Porém, o púrpura contém mais azul e menos vermelho; enquanto o escarlate tem mais vermelho e menos azul.

A cor púrpura é vasodilatadora e diminui a pressão do sangue; é usada nos casos de menstruação excessiva. No tratamento de hemorragia intensa, o índigo deverá ser substituído pelo púrpura, pois também possui propriedade de reduzir a hemorragia, sem o risco de formar coágulos. O efeito coagulante do púrpura é menor, porque contém uma quantidade maior de vermelho que o índigo.

Tem efeito analgésico, antitérmico, narcótico, hipnótico e calmante. Para se obter esses efeitos, é necessário longa exposição.

Indicado para o tratamento dos pulmões, rins, malária, queimações do estômago (sem inflamação), estimulante nervoso, sangramento do nariz, irritação na pele e calmante sexual.

Aplica-se o púrpura quando se necessita de animação, sem mescla de irritação.

Simboliza a cor ira (púrpuro-rubro de raiva), da divindade, dignidade, realeza e majestade (púrpura real).

# Marrom



É a cor da integração e do oferecimento, até do sacrifício. Indica compromisso; ajuda-nos a sermos mais práticos. Transmite calma e ponderação; ajuda a refrear extravagâncias.

O marrom é ligado à terra, associa-se às coisas sólidas, seguras e permanentes; sugere confiança e muita segurança. É uma cor agradável e também indica planejamentos a longo prazo. O marrom na aura indica personalidade mutável ou uma situação comercial em mutação.

As tonalidade escuras do marrom podem causar certo desconforto e mal-estar no indivíduo, podendo até induzir a uma atitude negativa perante a vida.

## **FONTES**

Livro: A Cor e você - Cromoterapia - Autor: Valcapelli, Editora Roca 2a. edição.

Dicionário Publicitário On Line - <http://www.dicionariopublicitario.net/>

Este documento foi elaborado pela Marketeiros.com.

Design das latas de tintas: Andrés Galante.

---

MARKETEIROS DESIGN GRÁFICO COMÉRCIO E SERVIÇOS

Rua Cel João Leme , 304 - 16 - Centro - Cep: 12900-161

Bragança Paulista - SP.

Fone: 11 4034 1212

Site: [www.marketeiroscom.com.br](http://www.marketeiroscom.com.br)

Blog: [www.seuprojeto.com/blog](http://www.seuprojeto.com/blog)

E-mail: [contato@marketeiroscom.com.br](mailto:contato@marketeiroscom.com.br)