Logotipo ou Logomarca

Durante o curso de Comunicação Social ou Marketing, inúmeros estudantes encontram dificuldade em entender as nomenclaturas relacionadas à marca ou logo de uma organização. Na grade de um curso de comunicação, o aluno aprende os conceitos de uma marca em disciplinas como a semiótica e gestão de marcas e cada uma tem uma forma diferente para designar o conceito de logo.

Uma das duvidas mais frequentes está relacionada à abreviação de logo, se ela é resultante da palavra “Logotipo” ou de “Logomarca”. Depois surgem outras perguntas como a diferença entre as duas palavras, o que seria um símbolo ou o que pode representar uma marca.

Analisando o mercado publicitário, a expressão Logotipo é a mais adequada, por ser mais antiga. Alguns acreditam que a palavra logomarca é um neologismo, ou seja, foi inventada para interpretar uma nova forma de logotipo.

O logotipo é considerado como a marca de uma empresa que pode ser escrita ou representada de forma que o consumidor reconheça o produto ou serviço que ela comercializa. Uma estratégia utilizada pelas organizações é o uso de tipografias especificas que caracterizem a empresa.

E os desenhos avulsos, que não possuem uma tipografia? Eles são considerados pelo mercado como símbolos ou marcas, como por exemplo, o símbolo da Nike, Apple e da Wolksvagem. Os símbolos podem ser desenhos, representações e animais, mas não podem conter o nome da empresa.

Na maioria das vezes, as marcas associam seus desenhos ao trabalho que elas desempenham como no caso da ONG WWF, que é

representado pelo um urso panda.

Outros são associados pelo significado, como a concha amarela da empresa Shell. Isso acontece quando o público já conhece o símbolo da empresa e o reconhece por associação.

Já o conceito de logomarca está relacionado ao um símbolo que representa a organização juntamente com o seu nome. De acordo com os neologistas, o nome da empresa que é formado por palavras ou letras é considerado como logotipo, mas se apresentar desenhos ou estilização é uma logomarca.

Contudo, para resolver o problema dos comunicólogos que carregam essa duvida, é melhor se referir na maioria dos casos com a expressão “logo”, visto que a diferença relatada pelos neologistas nem sempre é aceita por profissionais da área.

Contate a EIGHTY. Oferecemos soluções adequadas ao seu negócio.