



36 dos logotipos mais famosos do mundo

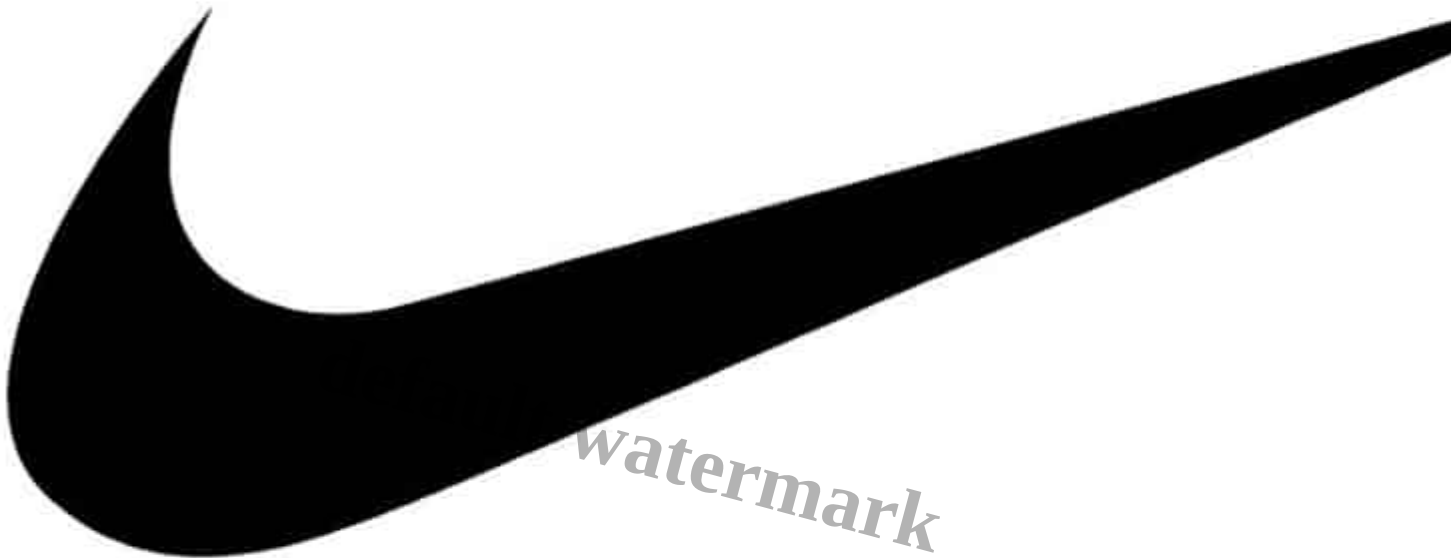
Description

Os logotipos mais reconhecidos e famosos do mundo são os de algumas das organizações e marcas mais conhecidas do planeta. Estes podem não parecer os mais complexos em design, mas geralmente possuem significado, memorização e impacto ocultos.

Se eles existem desde que a marca se originou, foram lenta, mas consistentemente ajustados repetidamente, ou se são completamente diferentes do que veio antes, nós percorremos os logotipos mais famosos do mundo para obter uma compreensão mais profunda do logotipo de sucesso do Projeto.

1 Nike

O swoosh da Nike, desenhado por Carolyn Davidson, é um dos logotipos mais icônicos do mundo, literalmente.

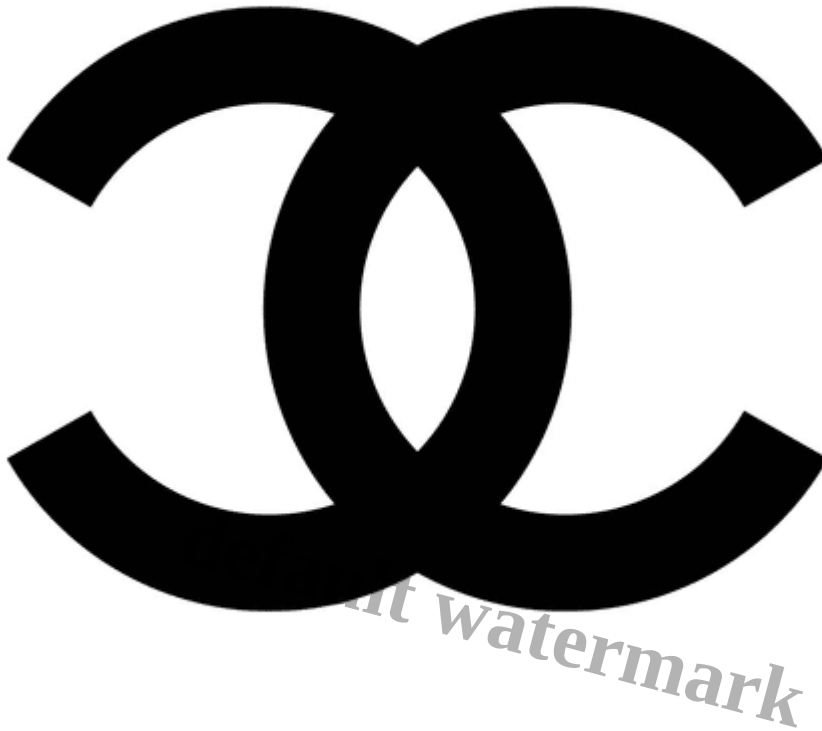


via [Wikimedia Commons](#)

O swoosh imita as asas da Nike, a deusa da vitória na mitologia grega e heroína da empresa. Também se parece com uma marca de seleção e significa fazer as coisas ou, em outras palavras, apenas fazê-las. Com uma silhueta fluida que evoca movimento e velocidade, você pode ver quanto espaço existe para incutir valores de marca em um design abstrato e minimalista.

2. Chanel

Chanel é uma marca de moda sinônimo de luxo, elegância e identidade parisiense da fundadora, cujas iniciais entrelaçadas ao logotipo que conhecemos hoje.



Via Chanel, [Inc](#) Chanel

O esquema de cores é preto e branco. O nome da marca, o logotipo da marca, geralmente fica diretamente abaixo dele, com muito espaço negativo. Não há efeitos ou aprimoramentos além do entrelaçado. É tudo muito arrumado e perfeitamente simétrico, perfeito para a casa de moda creditada pelo "vestidinho preto" original. Sua simplicidade é o que torna este logotipo potente, ele pode carregar os valores centrais da marca, mesmo em uma peça fora da marca.

3 - McDonalds

O logotipo do McDonald's, também conhecido como "Arcos Dourados", foi inspirado nos verdadeiros arcos dourados que faziam parte do design original do restaurante da rede de fastfood. O design do logotipo reúne os dois arcos que adornavam as cadeias de restaurantes e o transforma em um logotipo tipo letra, um "M".



Simplesmente um dos logotipos mais reconhecidos do mundo, via [McDonald's](#)

Sobre o fundo vermelho característico, o icônico logotipo dos arcos dourados impulsiona a estética drive-in dos anos 50 da rede. É uma imagem sincronizada com a marca McDonalds, porque eles a usaram em quase todos os lugares e em qualquer lugar. Está em suas embalagens, uniformes, produtos básicos, anúncios e qualquer tipo de comunicação que envolva o McDonalds, envolva este logotipo. A lição é? Ser consistente.

4 - Tesla

A empresa que causou um impacto inegável em uma das maiores indústrias do mundo tem uma aparência surpreendentemente futurista e, à primeira vista, apenas um toque de aparência legal. O fundador da empresa [descreveu](#) o logotipo como uma seção transversal de um motor elétrico. Semelhante a outros logotipos de marcas famosas, a Tesla também incorpora a primeira letra da empresa e depois a infunde com sua marca. O toque também é projetado de forma a evocar um movimento ascendente movido a eletricidade e movendo-se em direção ao futuro. Pequenos detalhes podem adicionar muito significado a um logotipo de monograma estático.

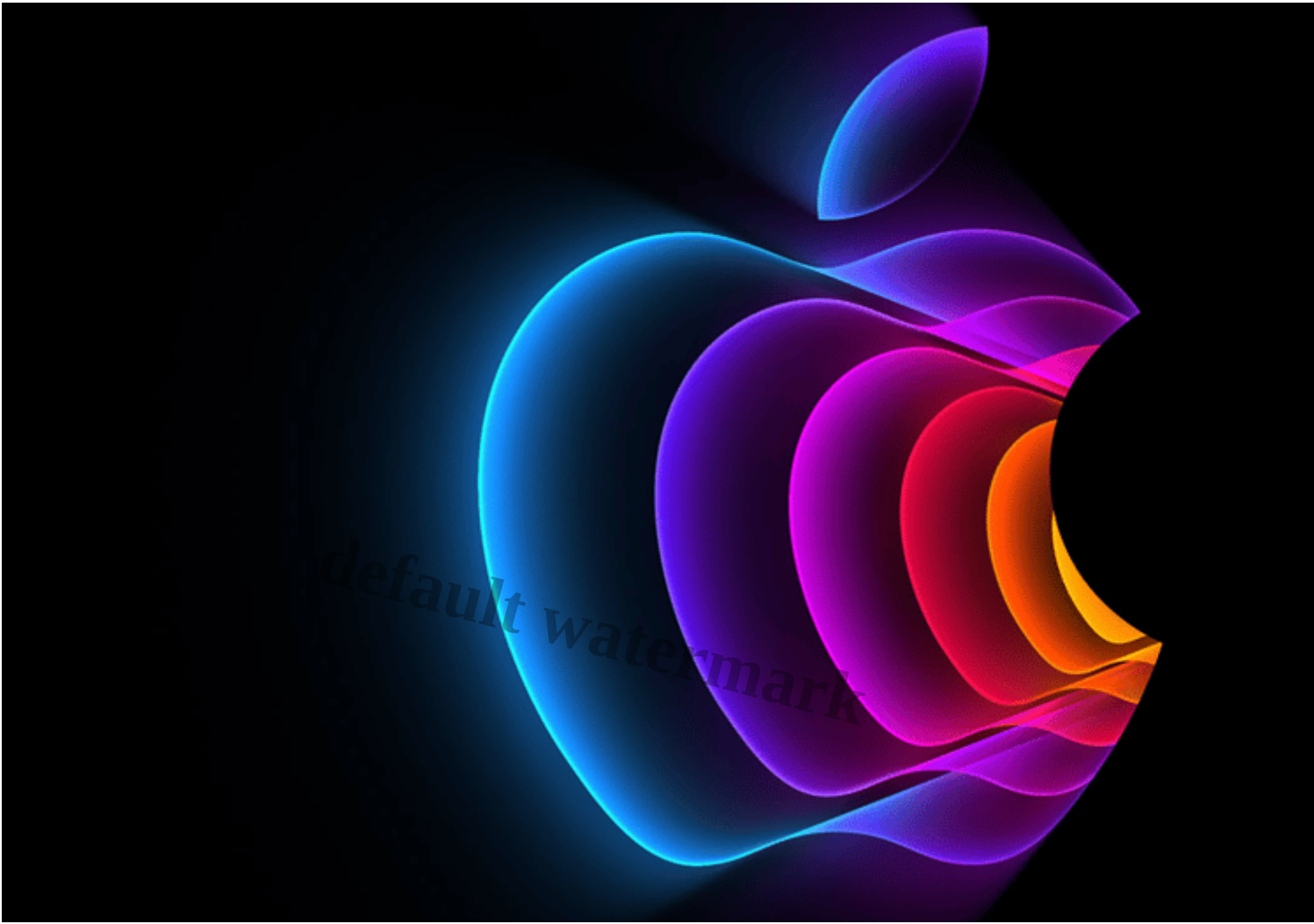


TESLA

Este logotipo agora ic nico   mais do que um T moderno, via [Wikimedia Commons](#)

5     Apple

Desde a história bíblica de Adão e Eva até a m    que caiu na cabe  a de Isaac Newton, as m   s estão sempre por perto, carregando bastante simbolismo. Por que a Apple escolheu uma m    como sua marca pictórica e por que há uma mordida nela inspirou muitas lendas, desde a m    com cianeto que Alan Turing mordeu até um trocadilho visual com um    byte  .



Variações do logotipo via [Apple](#)

O designer Rob Janoff disse que a mordida foi uma forma de distinguir a maçã muito simples de outra fruta. Mas o fato de o logotipo ser tão famoso que não tem um, mas vários mitos fluando sobre ele conta uma história por si só. O símbolo da maçã (com o pequeno toque acima mencionado) é uma sugestão visual muito elegante e literal para a palavra "maçã". O logotipo une a sabedoria antiga e terrena com o que é contemporâneo, em constante mudança e transitório. Parece uma promessa.

6 -Shell

Shell mostra mais uma vez o poder da associação palavra-objeto. O símbolo do logotipo da empresa mudou ao longo dos anos, mas uma coisa que sempre esteve lá é a imagem de uma única concha.

O logotipo também é conhecido como "o pecten" porque é modelado após o Pecten Maximus, um molusco com uma concha grande e distinta. O contraste do design atual entre curvas e pontos, vermelho e amarelo primário, sugere uma influência art déco. Só porque você está em um setor, não significa que você precisa encontrar sua inspiração visual apenas nele. A Shell

nÃ£o procurou oficinas ou petrÃ3leo para encontrar a base para seu logotipo â?? pense com imaginaÃ§Ã£o.



A concha vermelha e amarela Ã© universalmente conhecida, via [Shell](#)

7 â?? Starbucks

A inspiraÃ§Ã£o por trÃ3s do design do logotipo do emblema â??Starbucks Sirenâ?• Ã© muito baseada em Ã©picos e mitos; os fundadores escolheram o nome Starbucks baseado no personagem mais sensato de Moby Dick, Starbuck.



Via [Starbucks](#)

A partir de então, eles teriam vasculhado antigos livros marinhos para encontrar uma criatura mítica que eles sentiam representar sua companhia, uma sereia. Essas referências náuticas também se harmonizam com o berço da empresa e a principal cidade portuária, Seattle.

Incorporar personagens de nicho em um logotipo da personalidade e calor ao design. Ele cria uma personalidade de marca mais profunda e rica para ajudar seu público a se conectar e lembrar de você. Pode ser uma boa ideia pensar em livros que você leu ao longo dos anos – algum dos personagens se relacionaria ou simbolizaria sua marca de alguma forma? Pode ser apenas um aspecto de sua personalidade que sua marca compartilha em seus valores que você está procurando. Como vemos no logotipo da Starbucks, o uso de referências culturais nos designs cria alguns dos logotipos mais memoráveis.

8 – Toblerone

O logotipo da Toblerone é inesquecível e um exemplo de grande branding por vários motivos. Para começar, é um logotipo inspirado em um local. É composto por uma palavra e uma montanha, o

Matterhorn para ser mais preciso e essa mesma montanha também é a inspiração por trás da forma única do chocolate: deliciosos pequenos triângulos, amarrados como se fossem uma cadeia de montanhas.



Via [Wikimedia Commons](#)

O logotipo também tem uma ilustração de Ártica que é fácil de perder, mas difícil de não ver. O espaço negativo na montanha na verdade causou [uma tempestade no Reddit](#), pois os usuários descobriram lá, escondido na gravura da montanha Toblerone, na verdade está um urso. Táticas inteligentes como essa podem realmente chamar a atenção para a marca e fortalecer o marketing.

9. Coca-Cola

A Coca-Cola teve um componente de seu logotipo que sempre permaneceu praticamente o mesmo: uma marca de palavra fluida, cursiva e em itálico com uma onda ou cauda em forma de fita, sublinhando o primeiro 'C'. A chave aqui é que a fonte do famoso logotipo parece retrair, mas

não datada. Recentemente, eles também trouxeram de volta o design do logotipo "disco vermelho", na foto à direita, para unir os vários produtos alternativos da Coca-Cola e logotipos.



via [Coca-Cola Company](#)

10 "NASA"

O atual logotipo esférico da Nasa, imaginativamente cunhado como "a almóndega", foi na verdade seu primeiro logotipo. Apresentando literalmente uma silhueta semelhante a um planeta, o logotipo saudável retrata estrelas em órbita sobre ele nas cores da bandeira americana.

NASA



default watermark

via [NASA](#)

A almã'ndega foi substituída por outro logotipo, intitulado "o verme", entre 1975-1992. Este logotipo de marca de palavras apresentava letras contínuas e curvas que ecoavam os movimentos corporais de um verme. Olhando para isso agora, parece um pouco retrô e Star Wars. No entanto, quando foi lançado, foi considerado contemporâneo, minimalista e futurista.

A Nasa se voltou para a marca de nostalgia, quando fez a mudança de volta para a almã'ndega, salvando o design do worm principalmente para seus foguetes. Eles entendem as fortes associações que o público fez com seus logotipos mundialmente famosos. A almã'ndega reinou durante seu período mais infame, com Lance Armstrong usando o símbolo em seu peito quando pousou na lua. A marca monopolizou essas memórias positivas e associações ainda hoje mantidas pelo público com a almã'ndega, enquanto encontrava espaço para seu design estilizado de minhoca.

11 "O metrô de Londres"

O logotipo do metrô de Londres, também conhecido como "roundel", existe há mais de um século. Originou-se depois de simplificar a imagem original de uma roda e criou o Johnston Typeface, escolhendo letras sem serifa para legibilidade ideal.

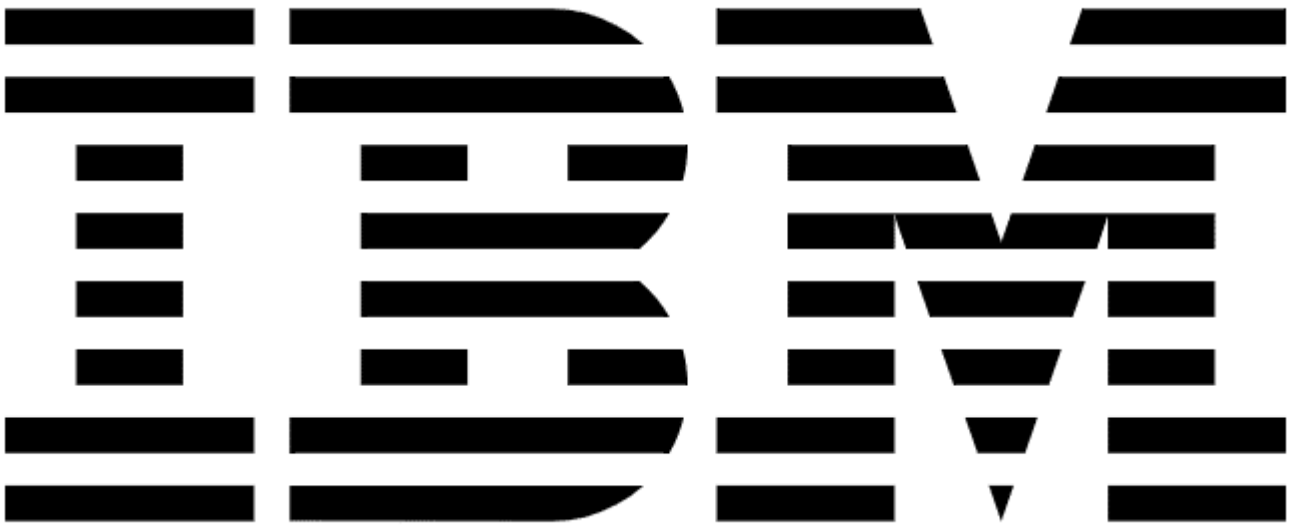


via [Transporte para Londres](#)

O logotipo tem esquemas de cores alternativos para diferentes estações e modos de transporte, mas a versão vermelha e azul é a principal. No geral, o símbolo mantém-se acessível, fácil de entender e confiável — tudo o que você deseja do transporte público.

12 — IBM

O logotipo de 8 barras da IBM não mudou desde que foi criado por Paul Rand (que também criou os logotipos para UPS, Enron, Westinghouse, entre outros). As listras transmitem velocidade e dinamismo, enquanto as letras maiúsculas e serifadas em negrito transmitem confiança, autoridade e um forte senso de minimalismo moderno. Na época, usar o espaço negativo com uma fonte dessa forma era considerado super inovador. Agora, ele se apoia mais no sentimento de nostalgia do público por esse período de tempo.



Via [IBM](#)

13 â?? Prada

A potência da moda de luxo, Prada, valoriza tanto seu logotipo original que nunca o mudou. Isso   t pico de marcas que usam logotipos de emblema, que significam tradi o e legado.



via [Prada](#)

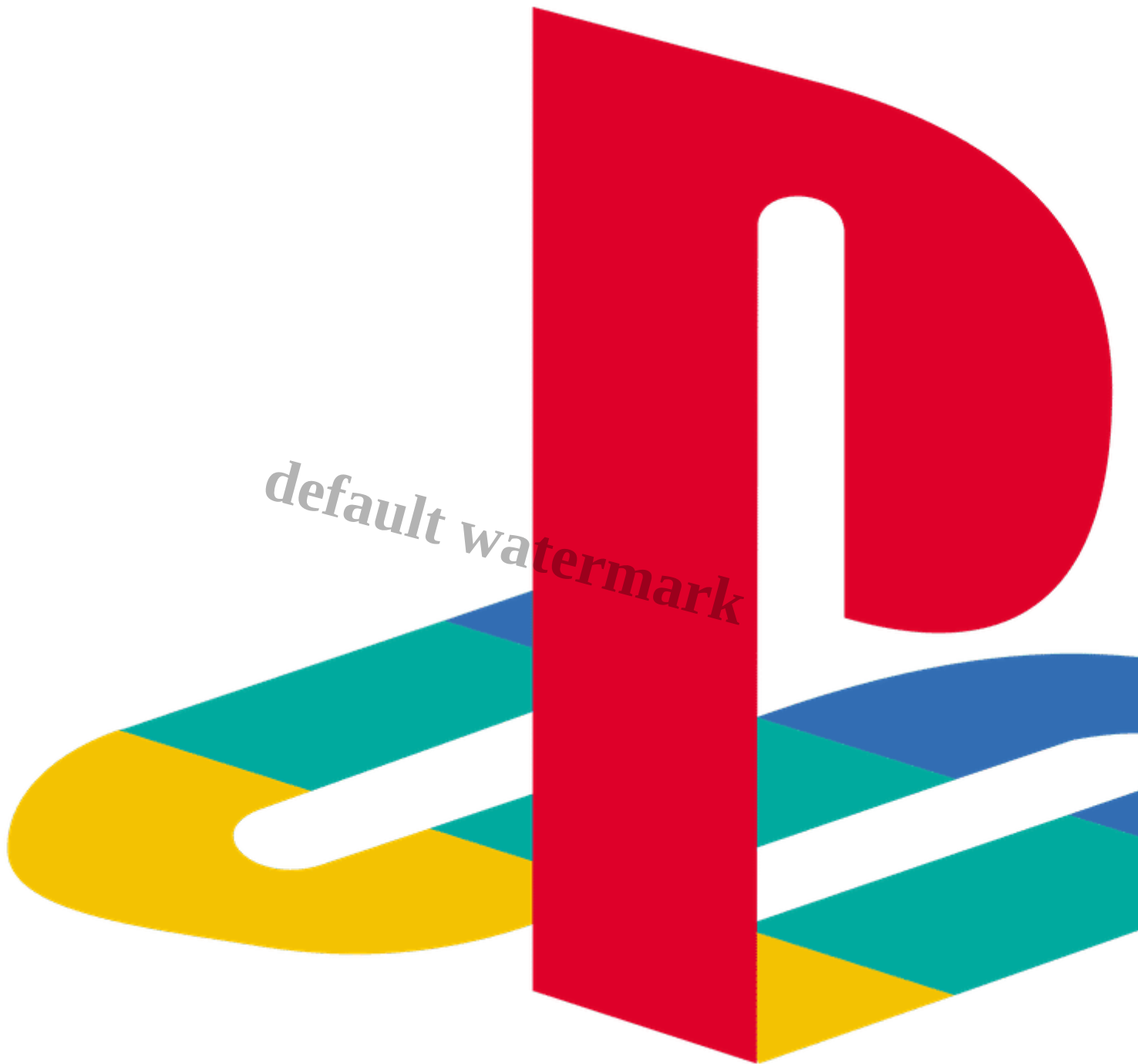
Seu â??Râ?• tem um curso final que Ã© em bloco e angular. Ele contrasta as curvas das outras partes da letra e os traÃ§os finos do A ao lado dela. Essa variaÃ§Ã£o dentro do peso da fonte (a espessura e a espessura das letras) cria um fluxo e movimento dentro da marca de palavra estÃ¡tica.

Logos de emblema tendem a significar tradiÃ§Ã£o e legado. O emblema da Prada combina uma forma externa muito angular e simples para conter sua marca, um brasÃ£o e uma fita. Ã? simultaneamente moderno e tradicional. TambÃ©m Ã© inteligente ter uma silhueta de logotipo exclusiva para adornar os produtos.

14 â?? PlayStation

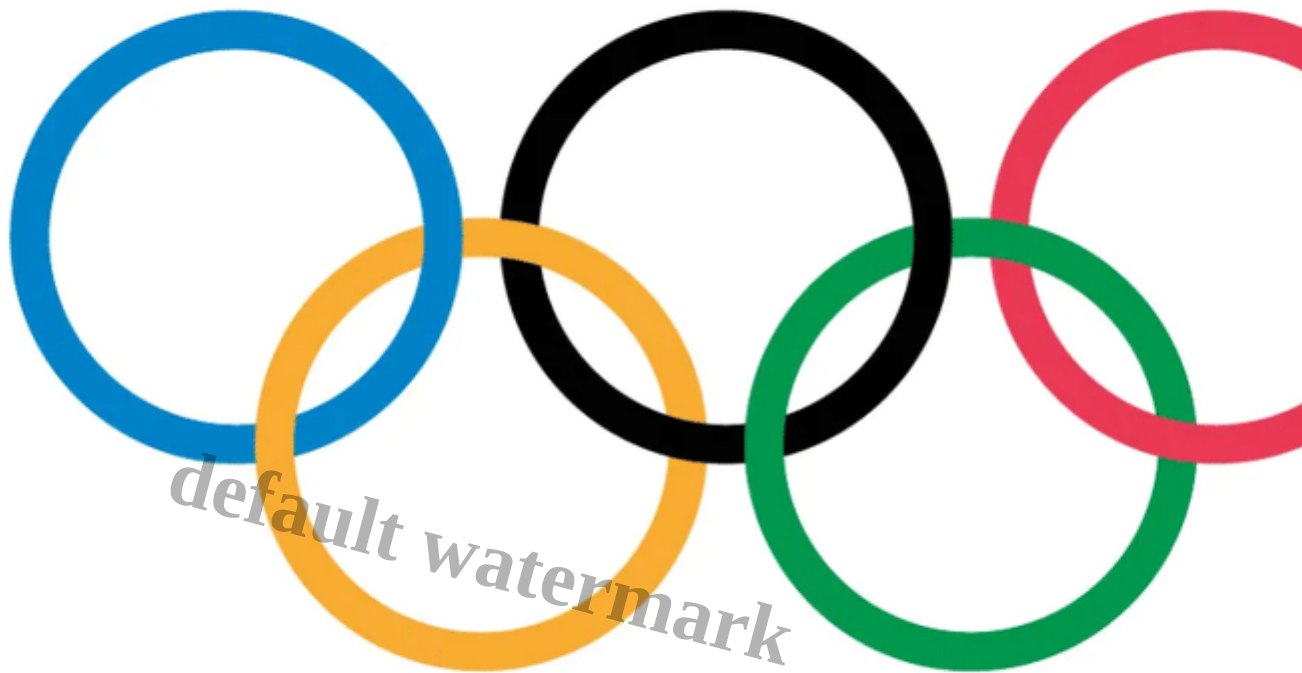
Quando a PlayStation decidiu se concentrar em grÃ¡ficos poligonais 3D, precisava de um logotipo para expressar essa mudanÃ§a. O designer Manabu Sakamoto criou um logotipo que continha uma ilusÃ£o de Ã³tica perfeita para uma marca de jogos, um â??Pâ?• na vertical e um â??Sâ?• que ficava reto aos pÃ©s.

default watermark



As cores que compõem o logotipo são as cores primárias, vermelho, azul e amarelo e o verde serve como uma transição suave entre elas. Com um simples truque de profundidade que era novo e aventureiro, o logotipo ajudou a PlayStation a transmitir a mensagem de que esta era uma marca comprometida com novas tecnologias e alguns passos à frente de seus rivais. Para ter um logotipo que diferencia uma empresa dos concorrentes, uma pesquisa consistente é fundamental.

15 As Olimpíadas



Os anéis olímpicos representam os Jogos Olímpicos globalmente. Via [Comitê Olímpico Internacional](#)

Em todo o mundo, os cinco anéis unidos significam a mesma coisa para um público global: os melhores do mundo em esportes. Os cinco anéis representam os cinco continentes, cada um com uma cor diferente, reunindo-se em movimento. E para transmitir essa sensação de união, o designer uniu e entrelaçou seus anéis esféricos. Em suma, o logotipo das Olimpíadas é um exemplo brilhante de design intercultural, o que significa que os designers escolheram um logotipo simbólico que seria apreciado de maneira bastante igual em todas as culturas. Como você consegue isso? Pesquise seu mercado e certifique-se de que as cores, formas, ícones e figuras que você usa não representam conceitos significativos ou negativos em diferentes culturas.

16 ?? Marvel



via [Marvel Comics](#)

A Marvel apresentou seu ousado logotipo vermelho e branco no início dos anos 2000, o novo rosto dos quadrinhos lendários para um novo milênio. A palavra "Marvel" está em letras brancas em negrito sobre um fundo vermelho brilhante com letras próximas e às vezes até sobrepostas ou conectadas. Esse efeito intencional e apressado cria uma sensação de força e urgência, bem como um super-herói chamado a ação.



via [Marvel Comics](#)

Você ainda pode ver o logotipo retratado mais antigo mostrado acima que tem as palavras “Marvel Comics” em algumas das mercadorias, especialmente os quadrinhos. Isso reflete o marketing de nostalgia, uma estratégia que usa as associações positivas de familiaridade para reforçar a confiança do consumidor.

17 Amazon

O famoso logotipo da marca de palavras da Amazon é direto com os toques certos de detalhes que expressam a identidade da marca.



via [Amazon](#)

O logotipo limpo em preto e branco, todo em espaço inferior, é facilmente legível. A seta conecta a 'a' à 'z' com um movimento rápido, assim sua experiência será na plataforma. Essa seta também é às vezes chamada de 'o sorriso', trazendo um toque amigável ao logotipo. A curva abaixo do 'z' onde a flecha cai é suavemente curvada e traz movimento ao design.

O que é ainda melhor é que tudo pode ser condensado no favicon, o ícone que às vezes está em uma URL, guia ou página da web. Projetar um logotipo que possa ser resumido em um ícone menor é importante, especialmente para um produto digital.



via [Amazon](#)

18 ??? Barbie

O design do logotipo da Barbie veio de seus fundadores. Em 1959, o atraente rosa brilhante e o divertido tipo de letra sem serifa escrito em estilo cursivo era algo que a indústria de bonecas de brinquedo não tinha visto.



via [Wikimedia Commons](#)

Foi feito para se comunicar diretamente com as crianças, divertido, caprichoso e pronto para brincar. Ao longo dos anos, o logotipo foi redesenhado muitas vezes, mas a empresa acabou retornando ao logotipo original com o visual retrô. O logotipo tornou-se uma grande parte da estética icônica da Barbie, brinquedos que são aventureiros e modernos criadores de tendências. O logotipo memorável era atemporal o suficiente para carregar a boneca Barbie através dos tempos de mudança, de banhistas a astronautas. Isso mostra que um logotipo que seja distintamente orientado por estilo (e vibrações) é necessário para uma empresa com lançamentos de produtos frequentes e em constante mudança.

19 - Google

O Google compartilhou a versão mais recente de seu logotipo em 2015. O objetivo com a nova atualização era criar um logotipo que funcionasse com design responsivo, pudesse ir para qualquer tela sem comprometer sua integridade. Desde o início, o logotipo foi simplificado cada vez mais a cada atualização. Era sempre o mesmo logotipo, só que cada vez mais agradável aos olhos.



pelo [Google](#)

Ã? tambÃ©m um logotipo que se presta a alteraÃ§Ãµes significativas, mantendo sua estrutura bÃ¡sica
â?? estou me referindo ao Google Doodle. Ter um logotipo bÃ¡sico e simples deixa uma empresa com
muita liberdade para brincar com ele de acordo com os eventos atuais. Esse dinamismo confere
relevÃ¢ncia ao logotipo (e Ã empresa).

20 â?? Pepsi



default watermark

via [PepsiCo](#)

O logotipo icônico da Pepsico Pepsi Globe, foi inicialmente baseado em sua tampa de garrafa e tinha as cores vermelho, branco e azul para canalizar o patriotismo americano durante a Segunda Guerra Mundial.

A história do logotipo da Pepsi tem muito a ver com o fato de ter um produto concorrente da Coca-Cola. Este é um exemplo de um logotipo que faz sucesso porque faz um ótimo trabalho ao diferenciar a marca de seus concorrentes. Eles inicialmente também tinham uma marca de estilo cursiva em seu logotipo, mas depois mudaram para um contemporâneo sem serifa para distingui-los da Coca Cola. Eles mantiveram seu símbolo esférico para mostrar aos consumidores que ainda

eram a mesma marca de antes, mas nova e aprimorada, para manter a confiança vital do cliente.

21 ??? National Geographic

O logotipo da National Geographic parece bastante simples, mas muita pesquisa de mercado foi necessária para criá-lo, com uma identidade reconhecível e versátil sendo a principal prioridade da agência de design Chermayeff & Geismar. E, uma atenção cuidadosa aos detalhes como eles criaram a icônica borda dourada da revista no logotipo, ao lado da serifa branca em maiúsculas.



via [National Geographic](#)

É simples o suficiente para passar por cima de qualquer fundo, ideal para as lendárias fotografias e capas da revista. Também é importante observar que, à medida que a revista passou a incluir subsidiárias, o logotipo poderia incluir uma palavra adicional para distingui-las umas das outras. Um logotipo que não seja muito específico e estruturalmente rígido se manterá forte à medida que a marca cresce e se ramifica.

22 ??? Mercedes-Benz



pela [Mercedes Benz](#)

Os proprietários da época escolheram a estrela de três pontas da Mercedes como símbolo do logotipo porque significava algo para eles como família. Era um símbolo que seu falecido pai usava para designar a casa de sua família e também era algo que passou a significar terra, mar e ar.

Mesmo que o símbolo de uma estrela não seja algo inovador, é difícil negar que não é simplesmente uma "estrela". O design da estrela da Mercedes-Benz tem matizes muito distintos, que lhe conferem dimensão e lembram a sua forma metálica 3D, com todos os seus ângulos e reflexos. Também está encerrado em um círculo que todos os seus três pontos tocam, dando a impressão de que esse círculo contém tudo o que é necessário.

23 ??? Instagram

O logotipo do Instagram também é o ícone do aplicativo e sempre foi. Isso não soa tão especial, já que o Instagram é sempre foi um aplicativo, mas o fato de que esse pequeno símbolo de uma câmera representou a empresa através de seu crescimento maciço é bastante significativo.

O símbolo da câmera foi inicialmente modelado a partir de uma câmera Polaroid, porque o aplicativo permitia tirar e compartilhar fotos instantaneamente. O logotipo não se parece com o que era inicialmente, mas ainda tem o formato de uma câmera polaroid, é apenas um pouco mais simbólico e um pouco menos literal. A lição aqui, mais uma vez, é que um grande logotipo pode representar o objetivo e o propósito da empresa em um pequeno símbolo.



via [Meta](#)

24 ?? FedEx

O logotipo da FedEx é famoso do ponto de vista do design. O tão elogiado logotipo não é apenas extremamente simples na aparência, mas tem um truque de design muito bacana: usar o espaço negativo para formar uma seta entre o "e" e o "x". Esta seta transmite velocidade, um firme senso de direção e um serviço de entrega tão suave e sem complicações que você mal percebe que aconteceu.

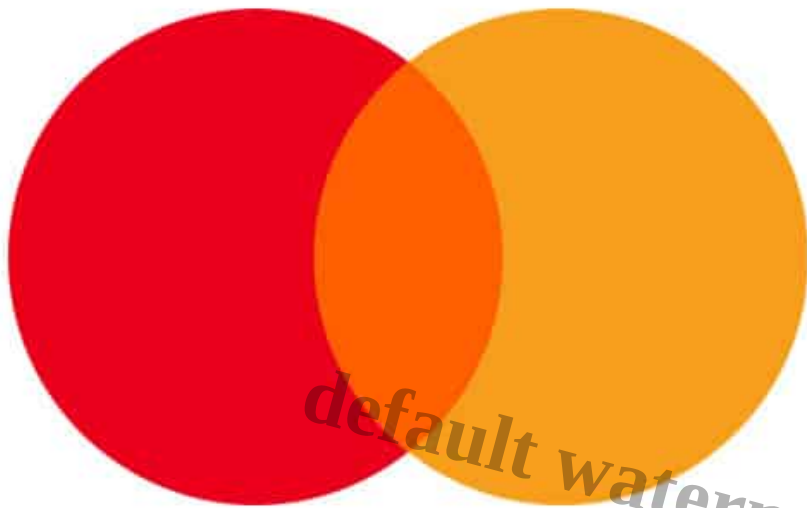


via FedEx

Este famoso logotipo é um exemplo estelar de "menos é mais": usar espaço negativo pode ajudá-lo a colocar muito em seu logotipo sem superlotá-lo com elementos.

25 **Mastercard**

Um cartão de crédito é um objeto simbólico em si. A forma do cartão de crédito deve permanecer consistente mesmo em diferentes marcas, porque todos são usados com mecanismos semelhantes, todos temos carteiras semelhantes e assim por diante. Assim, todo o trabalho de distinguir um cartão de crédito de outro se resume aos marcadores no próprio objeto.



default watermark

via [Mastercard](#)

A Mastercard sabia que precisava de um símbolo inconfundível para a identificação de sua marca e, com os dois círculos interligados, conseguiu exatamente isso. Ao observar como o logotipo mudou ao longo dos anos, o mesmo padrão que vimos em outros está lá. A empresa estabeleceu os dois círculos como seu logotipo. O uso inteligente de camadas de cores adiciona profundidade ao logotipo mínimo. Pequenos toques de design podem ajudar muito a criar um design memorável.

26 Walt Disney Pictures

O núcleo do logotipo da marca Walt Disney é compartilhado por muitas das várias marcas da empresa. É composto pela assinatura do fundador mas com alguns toques caligráficos. Por exemplo, o 'D' da Disney (que parece mais um G para alguns). O 'I' é pontilhado com o que parece ser um pretzel. Esses pequenos toques atraem a imaginação e evocam uma sensação de magia perfeita para um público de crianças e adultos nostálgicos.



via [Walt Disney Pictures](#)

Um design de marca de palavra caligráfico cuidadosamente executado pode ter muita personalidade e humanidade. Isso é útil para empresas que desejam enfatizar seu lado humano, em vez do corporativo.

27 Fórmula 1

O logotipo original vermelho, preto e branco da Fórmula 1, agora aposentado, foi desenhado quando a corrida começou a alcançar reconhecimento e notoriedade internacional. Foi atraente e bem sucedido por várias razões. Este famoso design de logotipo está em itálico, com a parte vermelha composta por pequenas setas. Por quê? Porque essa orientação é visível da energia de um carro balançando. Ideal para a história que a marca quer contar: velocidade. E se você olhar de perto, verá que o logotipo foi criado pelo espaço negativo.



O logotipo original da F1 e o mais recente logo da F1, via [Fórmula 1](#)

A atualização é uma versão simplificada para estar alinhada com as tendências de estilo contemporâneo de monogramas minimalistas. É sutil, mas eficaz; atualizações menores tendem a ser mais palatáveis para públicos fiéis.

28 WWF

O logotipo da organização conservacionista WWF é verdadeiramente famoso em todo o mundo. O modelo para o design foi um panda chamado Chi Chi. O design do logotipo a apresentava, principalmente porque ela era um membro reconhecível de uma espécie ameaçada de extinção. Eles precisavam de um símbolo que transmitisse seus esforços de conservação além das fronteiras e idiomas. Outra razão era que era organicamente preto e branco.



via [WWF](#)

Esta marca pictórica mostra que usar um mascote é inteligente para uma marca que deseja se conectar com o público em um nível mais profundo: é emotivo e uma ferramenta eficaz de contar histórias.

29 ??? MTV

A MTV não tem a estatura de antes, mas durante os anos 80 e até o final dos anos 2000, o canal e seu logotipo lendário eram figuras conhecidas em todo o mundo.



pela [MTV](#)

Algo como a MTV nunca existiu na televisão antes e então seu logotipo tinha que ser surpreendente. A gigantesca letra M posicionada atrás do “Tv” rabiscado representa a união de dois estilos diferentes; música e televisão. Seu estilo e tom são inesquecíveis, o logotipo estático colorido muito facilmente animado usando diferentes cores, padrões e gráficos em movimento.

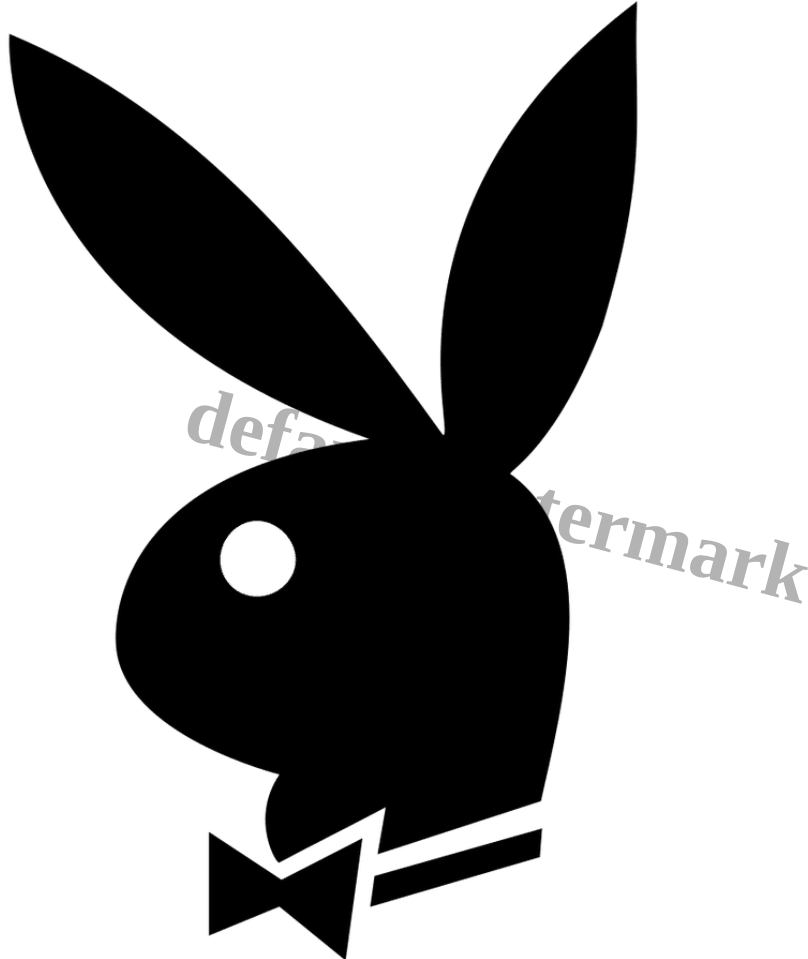
30 “ Playboy

Na época em que foi lançado, a Playboy foi a primeira do gênero no mundo editorial. A identidade que a revista queria para si era sexy, refinada e espirituosa. Como um coelho usando uma gravata-borboleta passou a representar isso?

A imagem de um “coelho” é usada como símbolo sexual pelos humanos há mais de um milênio, havendo até referências à sua fertilidade na Antiguidade Clássica. Pegue uma versão simplificada desse símbolo e dê uma gravata borboleta, você tem um coelho elegante. A escolha de

mantê-lo em preto e branco deu ainda mais uma sensação de elegância. O que o logotipo diz
©: é? obsceno, mas não é inútil?.

Embora a revista e sua estética tenham sofrido muitas mudanças ao longo das décadas, esse
senso de identidade da marca principal permaneceu o mesmo em grande parte graças ao logotipo.



PLAYBOY

via [Wikimedia Commons](#)

31 é? LEGO

O LEGO atual existe desde 1998. Suas características mais notáveis é? o fundo vermelho
brilhante e a borbulhante é? fonte LEGO, projetada para o logotipo.

O fundo e a forma são uma ode aos blocos de construção que são o principal produto da
empresa; as letras arredondadas com as bordas pretas e amarelas são muito parecidas com

brinquedos, fofas e divertidas. Para um brinquedo um tanto sério e atencioso, o logotipo é brilhante, borbulhante e ágil.



por [Lego](#)

32 anos BBC

O famoso logotipo da BBC é feito de três blocos para cada letra. O emblema é monocromático, geralmente preto ou branco e às vezes um pouco transparente. Essa estrutura básica foi literalmente os blocos de construção nos quais o logotipo viu mudanças de vez em quando.



via [BBC](#)

A mudança mais significativa foi em 2021, quando a BBC introduziu oficialmente sua fonte corporativa no logotipo. Foi parte de um esforço maior de rebranding para unir as várias subsidiárias da BBC sob uma fonte e uma estética. Qualquer instituição estabelecida deve manter a consistência em mente ao atualizar seu logotipo. Além disso, ao usar sua própria fonte, a empresa não precisa mais pagar uma taxa de licenciamento anual para usar uma fonte.

33 ??? Uniqlo



via [Uniqlo](#)

A marca de roupas japonesa Uniqlo decidiu atualizar sua marca para refletir seu objetivo de se tornar uma marca global. Uma marca global que é japonesa e tem uma identidade de marca muito enraizada na cultura japonesa. O vermelho e o branco brilhantes foram selecionados com a bandeira japonesa em mente. Existem duas versões, uma em inglês e outra em letras japonesas, e a forma deve se assemelhar a um selo de tinta japonesa. Para mim, parece muito com um selo de aprovação.

34 - Guerra nas Estrelas



por [Guerra nas Estrelas](#)

Os filmes de Star Wars tiveram muitas variações de logotipo ao longo dos anos, mas a marca icônica que incorpora totalmente a vibração do filme é a que vemos acima. Ele criou uma estética ferozmente forte que é mantida ao longo das décadas, usando o marketing de nostalgia e a consistência da marca para consolidar seu status icônico de culto.

35 anos Warner Bros.



via Warner Bros.

Se você era uma criança assistindo Looney Tunes ou Harry Potter, a versão do logotipo da Warner Bros. que você conhece muito bem é a imagem acima à direita. Seu design tridimensional e seu gráfico dramatizou sua presença dominante, sempre que aparece na tela, exala o glamour de Hollywood. E, ao comparar esta versão com sua antecessora, podemos ver como a Warner Bros. escolheu o design do escudo para ser uma característica integral de sua identidade de marca.

36 ??? Vaio



via [Vaio](#)

Vaio era inicialmente um acrônimo para “Operação integrada de áudio de vídeo”. Ao olhar para o logotipo, você percebe que o “VA” foi projetado para se parecer com uma onda senoidal, também conhecida como forma de onda geométrica oscilante ou serpeando, e o “IO” para representar os dígitos binários 1 e 0. Juntos, esses elementos mesclam o analógico e símbolos digitais, que refletem a transição orientada para o digital para a computação que a Sony estava fazendo quando era produto.

O que você vê nesses logotipos?

Então, olhando para trás, você consegue ver padrões em como esses logotipos famosos acertam?

Existem vários padrões comuns. Quase todos esses logotipos famosos têm seu próprio tipo de letra exclusivo. Eles são inteligentes com cores e uso de espaço negativo. Preferem a simplicidade a algo complicado, isso fica especialmente claro quando se vê a evolução de um logotipo.

Mas a lição mais importante é descobrir quem você é. Uma vez que você tenha isso, você pode reduzi-lo a um símbolo descomplicado e replicável, o truque é reconhecer seu poder.

Quer ter um logotipo icônico para o seu negócio?

Leia também:

[Como escolher as cores para a criação de um logotipo](#)

Nossos talentosos designers podem fazer isso acontecer.

[Vamos lá! clique aqui e fale conosco!](#)

[Via](#)

Category

1. Design Gráfico

Tags

1. como criar um logotipo
2. criador de logotipo
3. criar logotipo
4. designer de logotipo
5. logotipo criar
6. logotipo ou logomarca
7. logotipo profissional
8. tipos de logotipo

Date Created

2022/06/30

Author

webmaster