sistemas de identidade

SIGNOS VISUAIS IDENTIFICADORES BÁSICOS

signos visuais identificadores básicos: logótipo

À capacidade identificadora do nome como signo puramente verbal, à capacidade distintiva da cor, a sua versão visual – basicamente gráfica e veiculada por tipografia – agrega novos níveis de significação.



Ivan Chermayeff e Geismar

signos visuais identificadores básicos: **marca (ou símbolo)**

Ao nome, à cor e à sua forma gráfica – logótipo – junta-se frequentemente um signo não verbal: a marca (a que também se pode chamar **símbolo**)

pode ser:
tipográfica; abstracta ; figurativa

tipos de marcas:
tipográfica (letras)

Neste caso, a distinção é obtida através de um desenho da letra único, que deve reflectir os valores da entidade.



Westinghouse (Paul Rand)

tipos de marcas:
abstracta (imagem não figurativa)

A marca (ou símbolo) pode ter uma forma não figurativa, abstracta. Embora seja difícil criar uma marca abstracta eficaz, por vezes é estrategicamente vantajoso comunicar de forma ambígua, quando a natureza da entidade representada é polivalente.



Nike (Carolyn Davidson)

tipos de marcas:
figurativa (imagem figurativa)

Trata-se de um signo que se refere ao objecto de uma forma directa
e é claramente reconhecível (icónico).



Apple (Rob Janoff)