

Concurso para criação do logótipo do Agrupamento
Documento de apoio aos participantes**Marcas, logótipos e Símbolos**

A **marca visual** de uma determinada entidade, corporação ou produto é prioritariamente constituída por um grafismo conhecido por **Logótipo**. Um logótipo é a forma particular como o **nome** de uma marca é representado graficamente, pela escolha ou desenho de um tipo de letras específico.

A marca visual, para além do logótipo, pode ser acompanhada por uma outra forma gráfica normalmente conhecida por **símbolo**.

Por vezes pode existir ainda uma sigla que acrescenta informação ao logótipo. Normalmente, está relacionada com a área de atuação da instituição.

A forma gráfica conhecida por **símbolo** apresenta-se normalmente conjugada com o logótipo e pretende representar a entidade em questão seja através da representação figurativa da sua principal atividade ou através de uma representação simbólica ou abstrata da mesma.

Em situações mais raras, quando uma determinada entidade é muito conhecida, a sua marca pode deixar de conter a forma linguística (logótipo) e passar a ser representada apenas pelo símbolo.

Em algumas situações o logótipo é trabalhado para que ele próprio se assuma como símbolo. Ao conjunto gráfico constituído pelo logótipo e pelo símbolo chamamos **marca**. Por vezes encontramos o termo Logomarca, mas este é um termo que os próprios profissionais não costumam usar. Os Norte-americanos tendem a designá-lo apenas por 'Logo' sem fazer grande distinção entre símbolo e logótipo e esta utilização do termo tende a ser utilizada globalmente pela maioria das populações em geral.

Critérios fundamentais

São quatro os principais critérios para que um logótipo seja bem sucedido:

- 1- O seu aspeto deve refletir a natureza da organização;
- 2- Deve ser compacto e distintivo;
- 3- Deve resultar tão bem numa só cor como totalmente colorido;
- 4- Tem que ser adequadamente reproduzido em vários tamanhos, desde os muitos pequenos aos muito grandes.

