

Identidade visual



Logotipo

Assinatura principal

O logotipo é a utilização de símbolo e lettering para representar graficamente a marca através de um arranjo visual visando que empresas e organizações sejam reconhecidas por seus clientes.



Símbolo

Assinatura compacta

O símbolo é um dos elementos que compõem a marca e pode ser utilizado de forma isolada.

Trata-se de uma versão “compacta” da marca. Sugerimos sua aplicação como elemento visual que reforça a marca e não como algo que substitua a versão primária.

O símbolo pode ser utilizado nas cores institucional da marca. (pág. 58)



Área de respiro estipulada

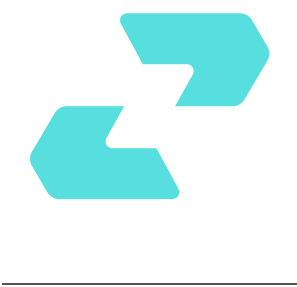
A área de respiro, ou proteção, garante que a marca não se sufoque em meio a outros elementos do layout. Ela é uma “área limpa” que também cria uma “moldura invisível”, ajudando a marca a se destacar. Atente-se a essa demarcação, especialmente ao aplicá-la em conjunto com outras marcas.

Essa área foi construída utilizando um elemento da própria marca - a partir da altura do “P” do símbolo criamos a relação x. O cálculo para a área de respiro é a mesma para qualquer versão da assinatura: principal, horizontal e símbolo.



Menor tamanho possível

A redução da marca torna-se necessária quando precisa ser utilizada em áreas muito pequenas, como em canetas, por exemplo. Nesse contexto, o tamanho mínimo deve ser considerado, pois entendemos que, mesmo nessa escala reduzida, é possível visualizar e compreender os principais elementos da marca, como as cores, o lettering e o símbolo.



Versões secundárias

Monocromia

Todas as versões da assinatura visual permitem aplicações monocromáticas nas cores principais da marca: verde escuro, verde vibrante ou branca, desde que o contraste com o fundo seja garantido.



Versões secundárias

Positivo e negativo

Todas as versões da assinatura visual permitem aplicações na versão positiva e negativa para aplicações com restrição de cor.



Versões secundárias

Escala de cinza

Escala de cinza é utilizada quando o limite de cores da impressão está dentro dos tons de cinza. Geralmente, é utilizada em documentos impressos.

Todas as versões da assinatura visual permitem essa aplicação.



Paleta de cores institucional

Para garantir que as cores da identidade sejam coerentes e padronizadas nas mídias on e offline delimitamos os códigos hexadecimais e porcentagens CMYK, o segundo é utilizado exclusivamente para impressão.

Verde escuro

HEX #012633
C 99 M 71 Y 53 K 64
PANTONE 303 C

Verde vibrante

HEX #57E1DF
C 56 M 0 Y 22 K 0
PANTONE 326 C

Azul vibrante

HEX #0F3EEA
C 91 M 71 Y 0 K 0
PANTONE 2728 C

Cinza azulado

HEX #CEE0EC
C 23 M 6 Y 6 K 0
PANTONE 657 C

Branco

HEX #FFFFFF

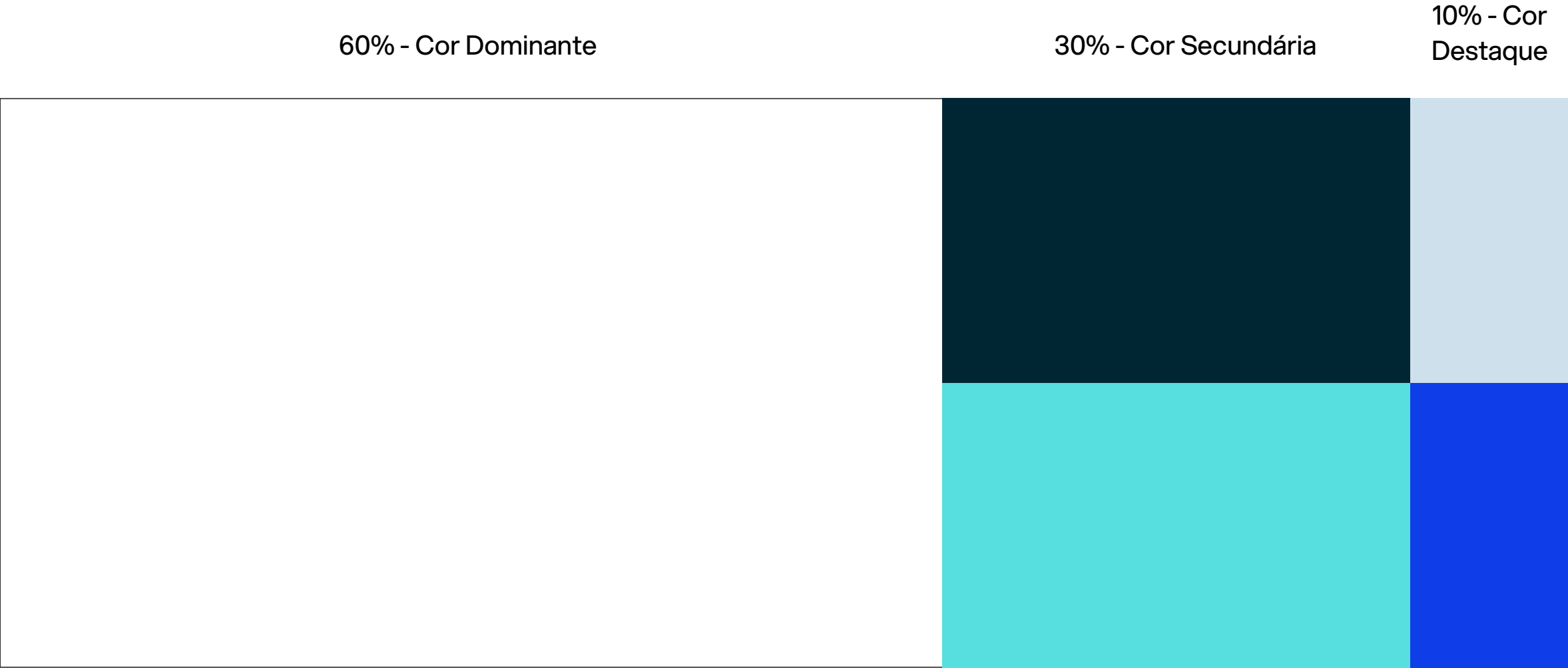


Paleta de cores institucional

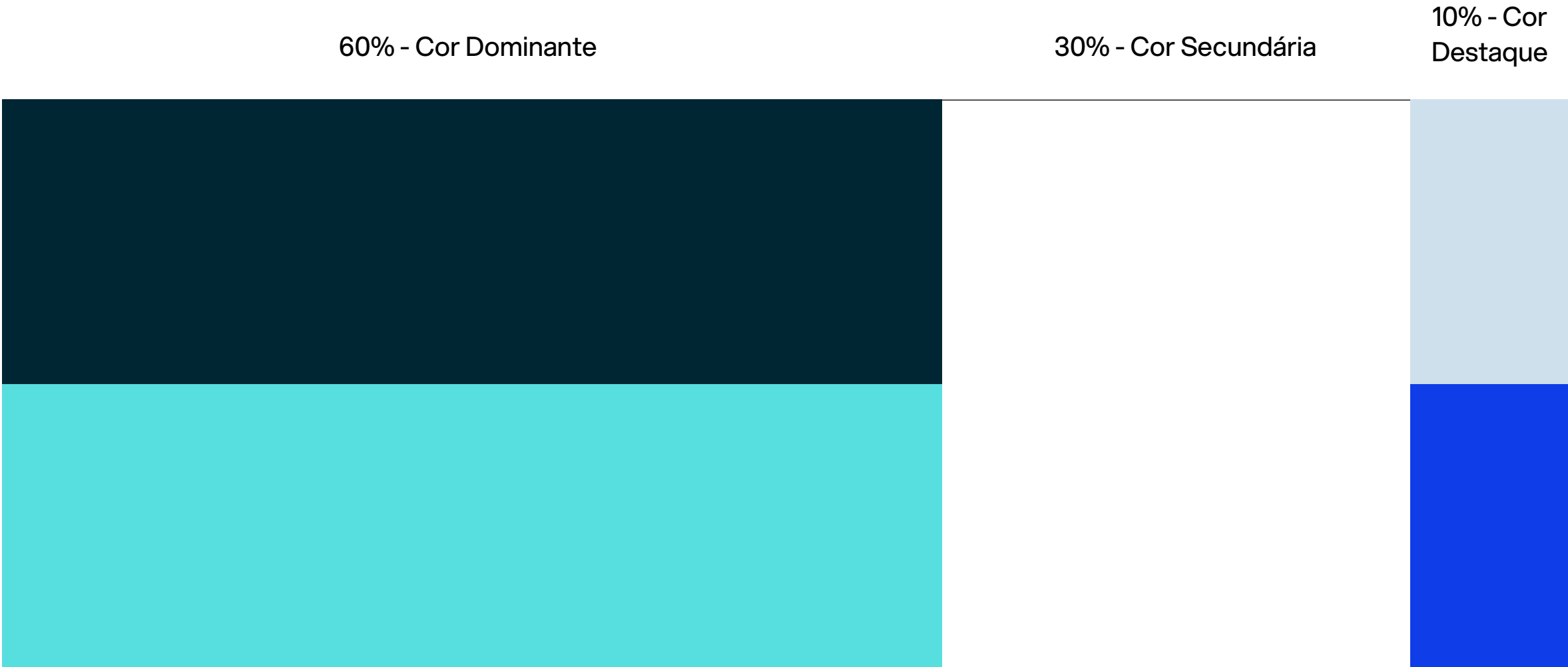
Dependendo do material, priorizamos o uso do branco para criar layouts mais equilibrados e leves, como na plataforma, no site ou em materiais mais densos, como apresentações repletas de dados. Por outro lado, em materiais de comunicação, é possível abusar de cores mais vibrantes, conforme ilustrado no esquema ao lado.

Algumas aplicações irão exigir uma gama maior e mais diversa de cores, como gráficos e infográficos, por exemplo.

MATERIAIS COM CONTEÚDOS DENSOS

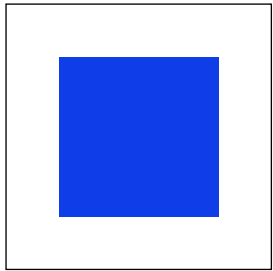
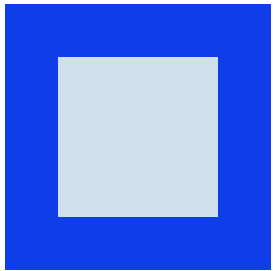
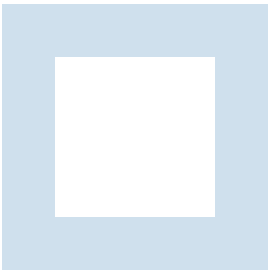
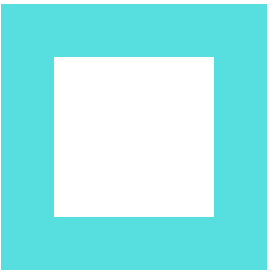
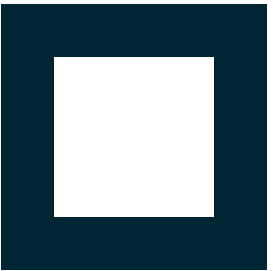
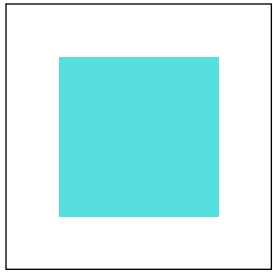
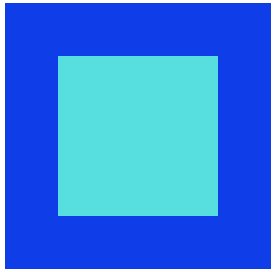
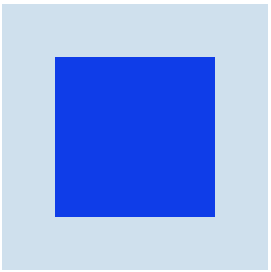
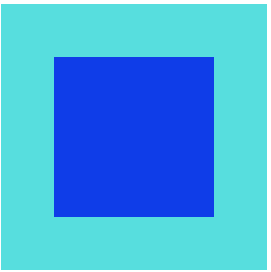
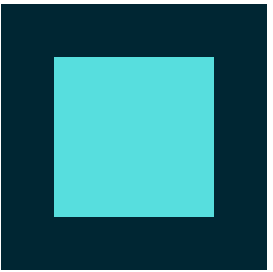
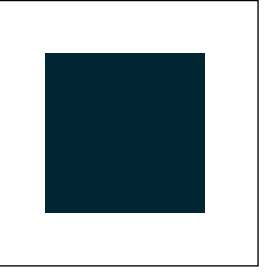
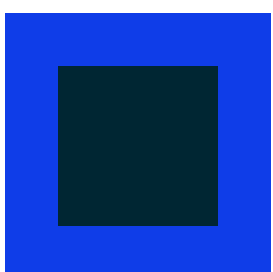
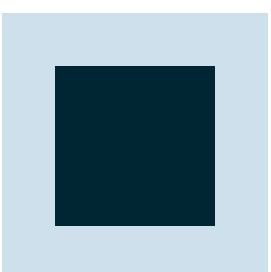
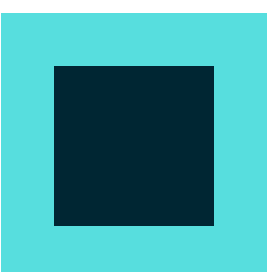
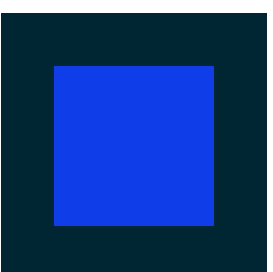


MATERIAIS PUBLICITÁRIOS E COMUNICAÇÃO GERAL



Paleta de cores institucional

Sobre a interação entre as cores, ao lado encontra-se uma tabela que apresenta as possibilidades de uso, baseada nas boas práticas de acessibilidade. Nesse caso, estamos considerando o contraste entre as cores para assegurar a legibilidade das mensagens. Utilize esta tabela para determinar a relação entre as cores do texto e do fundo. Além disso, todas as cores podem ser combinadas em gradientes ou layouts.

Fundo Branco	Fundo Azul Vibrante	Fundo Cinza azulado	Fundo Verde Vibrante	Fundo Verde Escuro
				
				
				



Preços e
recursos em
sintonia com seu
crescimento.

123!*

Seja dinâmico

Precifique,
Otimize e
Venda.

Negócios
inteligentes,
agora.



Tipografia

A fonte de apoio para os diversos materiais comunicacionais da marca serão a **Aspekta** para títulos, subtítulos e parágrafos. A fonte será disponibilizada e é compatível em diversas plataformas online e offline.

Essa tipografia conta com uma variação interessante que permite transmitir a agilidade da marca e, ao mesmo tempo, preservar a autoridade. Além disso, essa fonte foi escolhida também devido à otimização para tela e impressão, possibilitando o uso de todos os pesos disponíveis.

Atente-se que não é apenas a utilização do tipo que confere coerência e ligação com a nossa identidade. Os espaçamentos, tamanhos, entrelinhas e formato também são elementos importantes. No próximo slide traremos exemplos de combinações de estilos e definição de tamanho para aplicações gerais. O que sempre buscamos alcançar com as nossas aplicações textuais é leveza e equilíbrio.

Aspekta

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X W Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x w z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()



variação 650 pontos
tamanho 50 pontos
entrelinhas 60 pontos

INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS PARA IR MAIS LONGE.

Para título é preferível o uso dos pesos que variam de 50 pt ao 1000 pt. O importante é utilizar entrelinhas que mantenham o equilíbrio entre as mancha de texto, além de pensar na melhor combinação em relação ao parágrafo que pode acompanhar o título.

Em parágrafos podemos utilizar um entrelinhas maior. Já que os textos tendem a ter mais caracteres, é preferível equilibrar por meio desta fórmula.

Com as nossas soluções personalizadas, você eleva a inteligência empresarial, tornando a tomada de decisões mais ágil. Conte com nossos especialistas e prepare-se para maximizar seus resultados.

variação 200 pontos
tamanho 25 pontos
entrelinhas 35 pontos

variação 200 pontos
tamanho 70 pontos
entrelinhas 80 pontos

INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS PARA IR MAIS LONGE.

Com as nossas soluções personalizadas, você eleva a inteligência empresarial, tornando a tomada de decisões mais ágil. Conte com nossos especialistas e prepare-se para maximizar seus resultados.

variação 200 pontos
tamanho 18 pontos
entrelinhas 26 pontos

O importante é sempre levar em consideração o conjunto de títulos, letterings e parágrafos. Dessa maneira, a escolha é feita considerando o equilíbrio dos elementos.



Ícones

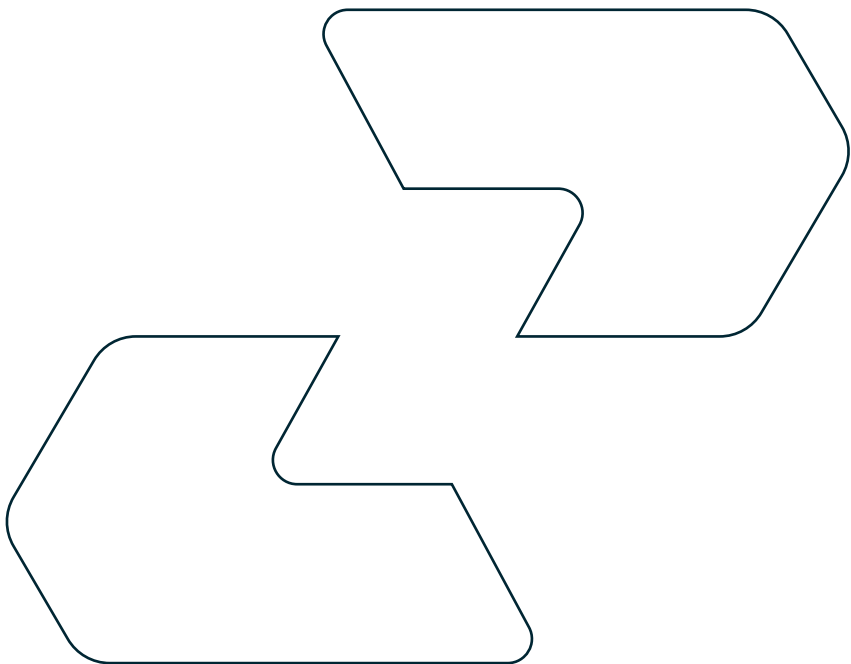
Para manter a integridade do visual, os ícones deverão seguir a mesma lógica dos ícones da marca. Para facilitar o trabalho no dia a dia de programação e design, sugerimos que novos ícones sejam buscados na [biblioteca do Google](#).



Elementos gráficos

Os elementos gráficos foram criados a partir do símbolo da marca reforçando os conceitos de dinamismo e movimento. Criamos algumas variações da forma para permitir uma aplicação ampla e estratégica, adequada às necessidades de cada projeto.

Os elementos podem ser utilizados de acordo com a aplicação desejada. As combinações ao lado são apenas alguns exemplos de aplicação.





DESENVOLVIDO POR

ESTÚDIO
N Ū B

ESTUDIONUB.COM