Stads Co Development

Manual de marca

Lidtek

Lucas Pires

05 de Fevereiro 2026

Introdução

Bem-vindo ao manual de identidade visual da marca **Lidtek**. Este documento foi cuidadosamente elaborado para garantir que a essência da marca seja transmitida de maneira clara e consistente em todos os pontos de contato, fortalecendo o reconhecimento e a conexão com seu público-alvo.

Este manual é um guia essencial para garantir que todos os elementos visuais — desde o logotipo até as cores e tipografias — sejam aplicados corretamente e reforcem a personalidade única da marca.

O objetivo é garantir que a identidade seja sempre representada de forma **simples e coesa**, transmitindo a mensagem correta e impactando seu público da maneira desejada. Siga as diretrizes deste manual para garantir que a marca mantenha sua integridade visual e continue a criar conexões significativas com seus clientes.

Logotipo

Origem dos Elementos Visuais

O logotipo foi inspirado por **formas geométricas**, com o objetivo de criar uma identidade visual que seja **forte, memorável e moderno**. Sua simplicidade e elegância refletem que ele seja reconhecido de forma instantânea, transmitindo os principais atributos da marca, como **alcance, governança e inteligência estrutural**.

Clear Space

Para garantir que o logotipo tenha sempre o devido destaque e visibilidade, é importante manter um espaço mínimo ao seu redor, chamado de clear space. Esse espaço deve ser calculado usando uma proporção de **1/8 (Pixonocs)** em relação à largura total do logotipo.

Essa distância ao redor do logotipo evita que outros elementos visuais fiquem muito próximos, garantindo que ele sempre tenha o impacto visual adequado.

Versão Principal

Esta versão é a mais adaptável e a representação visual mais importante da identidade da marca. Ela é composta por **tons, nome da marca e área de atuação ou tagline** – projetada para garantir alta legibilidade e impacto visual. Deve ser utilizada profissionalmente em todas as comunicações principais, salvo nas exceções previstas nas variações de uso.

Clear Space

Por exemplo, se o logotipo tiver 240px de largura, o clear space mínimo seria aproximadamente 76px (240 dividido por 1/8 = 30 pixels).

Tamanho Mínimo

Para manter a legibilidade e o reconhecimento visual, o logotipo deve ser reproduzido em tamanhos adequados, de acordo com as diferentes plataformas.

O tamanho mínimo recomendado para o uso do logotipo em formato digital é **32px** de altura, e para materiais impressos, o tamanho mínimo é **10mm**. Em casos onde o logotipo for utilizado abaixo desses limites, recomenda-se o uso da versão simplificada ou reduzida.

Variações de Logotipo

Além da versão principal, o logotipo de possui algumas variações para se adaptar a diferentes formatos e contextos:

IMAGOTIPO
Representação institucional da marca

WORDMARK
Ideal para ser usado como forma de assinatura da marca

ICON
Simplificação do logotipo, garantindo fácil identificação.

Paleta de Cores

Cores primárias

A paleta de cores primárias é o alicerce da identidade visual e deve ser utilizada em todas as principais aplicações da marca. Essas cores foram escolhidas para transmitir **versatilidade e exclusividade**, além de reforçar a presença da marca em diferentes plataformas.

Elas desempenham um papel fundamental na comunicação visual, garantindo consistência em todos os materiais.

Cores Secundárias

As cores secundárias complementam a paleta primária, adicionando variedade e flexibilidade à identidade visual. Elas podem ser usadas para destacar elementos secundários, como gráficos, ícones ou chamadas para ação, sem competir com as cores principais.

Uso da Paleta de Cores
É essencial manter a consistência no uso das cores da paleta em todas as aplicações. As cores primárias devem dominar as comunicações principais, como o logotipo, fundos, e títulos, enquanto as cores secundárias podem ser usadas para criar contrastes e destacar informações importantes.

Proporção de uso

Para garantir uma composição visual equilibrada e agradável, recomenda-se seguir a regra de proporção **60–30–10** no uso das cores da marca:

- **60%:** As cores primárias devem ocupar a maior parte das composições, representando cerca de 60% do design. Isso cria uma base sólida e consistente para a identidade visual.
- **30%:** As cores secundárias devem ser usadas em aproximadamente 30% das aplicações. Elas complementam as cores primárias e ajudam a criar variação visual sem desviar do foco principal.
- **10%:** O restante (10%) deve ser reservado para uma cor de destaque ou acento. Esta cor é usada para chamar atenção em detalhes específicos, como botões, links ou chamadas para ação, sem sobrecarregar o design.

Tipografia

Logomarca

A tipografia escolhida para a logo foi selecionada cuidadosamente para refletir a essência e a personalidade da marca. **TT Hoves Pro Expanded** é uma tipografia **moderna e geométrica** que garantem consistência, legibilidade e uma forte presença visual. Sua estrutura única e **sem serifa** ajuda a criar uma identidade visual impactante e de fácil reconhecimento.

TT Hoves Pro Expanded
Logo Weight: **Demibold**
Kerning: **Variable**

WordMark (Logomarca)
O design das letras foi pensado para garantir alta legibilidade, tanto em tamanhos maiores quanto menores, mantendo a integridade da tipografia em diversas aplicações, desde mídia digital até impressa.

Heading (Cabeçalho)
A tipografia escolhida para os **Headings** foi escolhida para causar impacto e chamar a atenção. Ela é usada em títulos de destaque e deve ser aplicada de forma a atrair o olhar do público rapidamente e aumentar o reconhecimento da marca. Para essa função, utilize a fonte **TT Hoves Pro Expanded**.

TT Hoves Pro Expanded
Heading Weight: **Demibold**
Kerning: **-5%**

Body (Corpo de texto)
Para textos corridos, como descrições e parágrafos, a tipografia deve ser alternativa legível e confortável para leituras prolongadas. A fonte **Work Sans** também foi escolhida com base em sua simplicidade e facilidade de leitura. Suas linhas são limpas e minimalistas, o que proporciona uma boa fluidez visual em textos longos.

Work Sans
Body Weight: **Regular**
Kerning: **-1%**

Hierarquia Tipográfica

Para manter a consistência visual em todas as comunicações, é importante seguir uma hierarquia tipográfica bem definida. A tipografia primária deve ser utilizada nos títulos e chamadas de ação, com a secundária aplicada em textos menores e parágrafos. O contraste entre as diferentes fontes e estilos reforça a clareza e a ordem da mensagem. Elas devem seguir a **Proporção Áurea**: basta multiplicar ou dividir os valores por 1,618 e arredondar para os valores **múltiplos de 8** mais próximos.

Ex.: *Texto com tamanho de 24px - para incluir título e cabeçalho proporcionais na hierarquia basta multiplicar 24*1,618= 38,83 -* ***40px****. Para descobrir o tamanho do cabeçalho, basta multiplicar 40*1,618= 64,72 -* ***64px****.*

Cabeçalho (90px)
Título (56px)
Texto (32px)

Aplicações

Exemplos de uso correto do logotipo

O logotipo da **Lidtek** deve sempre ser aplicado de acordo com as diretrizes estabelecidas neste manual, garantindo que a integridade visual seja mantida em todas as plataformas e mídias. Abaixo estão alguns exemplos de uso correto:

- Utilização em seu formato original, com as proporções e cores adequadas.
- Aplicação em fundos com forte contraste, como **contraste adequado**, assegurando a visibilidade e a legibilidade.
- Respeito ao **espaço mínimo** (clear space) ao redor do logotipo, evitando que outros elementos visuais interfiram em sua legibilidade.
- Uso das variações permitidas (vertical, horizontal, versão reduzida) de acordo com a necessidade e o espaço disponível.

Exemplos de uso incorreto do logotipo

Para preservar a identidade visual da Cadeiró, é importante evitar usos incorretos do logotipo. Abaixo estão alguns exemplos do que não deve ser feito:

- **Distorção:** Não esticar ou comprimir o logotipo, alterando suas proporções originais.
- **Alteração de Cores:** Não modificar as cores oficiais do logotipo, a menos que sejam variações aprovadas para uso em diferentes fundos.
- **Rotação:** Não girar o logotipo em ângulos não autorizados, a menos que estejam especificados nas diretrizes.
- **Combinação com Outras Elementos:** Evitar sobrepor o logotipo a imagens, gráficos ou fundos que dificultem sua legibilidade ou comprimam seu clarear.
- **Rotação:** Não rotacionar o logotipo ou aplicá-lo em ângulos diferentes dos originais.

Direção de Imagem

As imagens escolhidas foram selecionadas para complementar a identidade trazendo seu estilo próprio. Elas podem ser encontradas em bancos de imagem como Unsplash, Pexels e Pixabay. As palavras-chave principais para esse estilo são: **Abstract, 3D, Tridimensional, Vidro, Glassmorfismo.**

Considerações Finais

O manual de identidade visual da **Lidtek** foi criado para garantir a consistência e o alinhamento de todos os elementos que representam a marca, reforçando sua presença no mercado e a conexão com o público-alvo. A aplicação correta das diretrizes descritas neste documento é fundamental para preservar a integridade visual e a força da marca em todos os seus pontos de contato.

A identidade visual é mais do que apenas um conjunto de gráficos e cores. Ela reflete os valores, a essência e a personalidade que a marca deseja transmitir. Seguir essas diretrizes não só protege a marca, mas também contribui para construir sua credibilidade e reconhecimento ao longo do tempo.

Se houver qualquer dúvida ou necessidade de adaptações, recomenda-se entrar em contato com o departamento de design ou branding da empresa para garantir que todas as aplicações respeitem as normas estabelecidas e mantenham a coerência visual da marca.