



# Olá

Este documento estabelece as diretrizes básicas para implementação bem-sucedida de nossa identidade visual.

Nosso objetivo é fornecer uma estrutura flexível de diretrizes práticas que assegurem consistência global, ao mesmo tempo em que oferecem espaço para criatividade e iniciativa.

Uma marca forte é um dos ativos mais valiosos de uma organização, contribuindo na diferenciação dentro do cenário mercadológico e favorecendo a nossa escolha pelo público. Nossa marca é a expressão visual e escrita de tudo o que somos e, de tudo o que prometemos entregar aos nossos clientes.

Para torná-la verdadeiramente impactante, ela precisa ser aplicada de forma consistente. Todos os elementos do nosso universo visual têm um papel a desempenhar para dar vida à nossa marca, eles estão aqui para ajudá-lo.

# Índice

## 01 Marca

- 06 Logotipo
- 07 Símbolo
- 08 Cores do Logotipo
- 09 Área de Proteção do Logotipo
- 10 Área de Proteção do Símbolo
- 11 Redução Mínima
- 12 Usos Incorretos da Marca
- 13 Posicionamento do Logotipo

## 02 Cores

- 16 Paleta de Cores Primária
- 17 Paleta de Cores Secundária
- 18 Variações Primárias
- 19 Variações Secundárias
- 20 Combinação de Cores
- 21 Uso Incorreto das Cores

## 03 Tipografia

- 24 Tipografia Institucional
- 25 Pesos Tipográficos
- 26 Hierarquia Tipográfica
- 27 Usos Incorretos da Tipografia

Logotipo	06
Símbolo	07
Cores do Logotipo	08
Área de Proteção do Logotipo	09
Área de Proteção do Símbolo	10
Redução Mínima	11
Usos Incorretos da Marca	12
Posicionamento do Logotipo	13

# Marca

# 01

Logotipo

Este é o nosso logotipo. É o nosso ativo visual mais importante e deve ser a primeira escolha na hora de representar a nossa marca. O logotipo consiste em uma marca nominativa.

O logotipo é uma expressão importante da identidade visual da nossa marca. Foi um elemento cuidadosamente projetado e construído para alcançar a harmonia visual.

O uso consistente de nosso logotipo é fundamental para manter a força da marca por meio do reconhecimento imediato de quem somos e do que representamos como marca. É vital que eles sejam sempre aplicados de forma consistente. Eles nunca devem ser alterados, modificados ou redesenhados.



Logotipo

Símbolo

Nosso símbolo é uma abreviação da marca. O símbolo é equilibrado em harmonia. Muitas vezes, é a primeira imagem a apresentar a marca, em casos de uso como nosso ícone de aplicativo ou em avatares de mídia social.

Seu uso preferencial está associado à aplicação em espaços limitados em que o logotipo não seja a melhor escolha com base na redução e legibilidade.



Cores do Logotipo

O Logotipo preferencialmente deve ser explorado o uso da cor Índigo como principal contraste. As demais cores são igualmente importantes e devem ser utilizadas na construção de peças gráficas.

Se a cor não puder ser utilizada devido a restrições técnicas ou se a marca não apresentar contraste adequado ou competir com outros elementos visuais, recomendamos o uso das opções de logotipo em preto ou branco. Isso garantirá que a marca seja claramente visível e legível, mesmo em situações em que a cor não seja uma opção viável.

Cores do Logotipo



Lavanda e Índigo



Índigo e Suculenta



Índigo e Lavanda



Índigo e Lima



Índigo e Pálido



Índigo e Céu

Preto e Branco



Branco e Preto



Preto e Branco



Área de Proteção do Logotipo

A área de proteção garante a legibilidade e o impacto do logotipo, isolando-o dos elementos visuais concorrentes, como texto e gráficos de apoio em materiais on e off-line.

Esta zona deve ser considerada como a distância segura mínima absoluta, garantindo que o logotipo tenha bastante espaço para respirar, não sendo permitida a aplicação com área menor que o mínimo recomendado.

A área de proteção mínima é igual à medida da altura da letra “n” logotipo (indicada como x no diagrama).

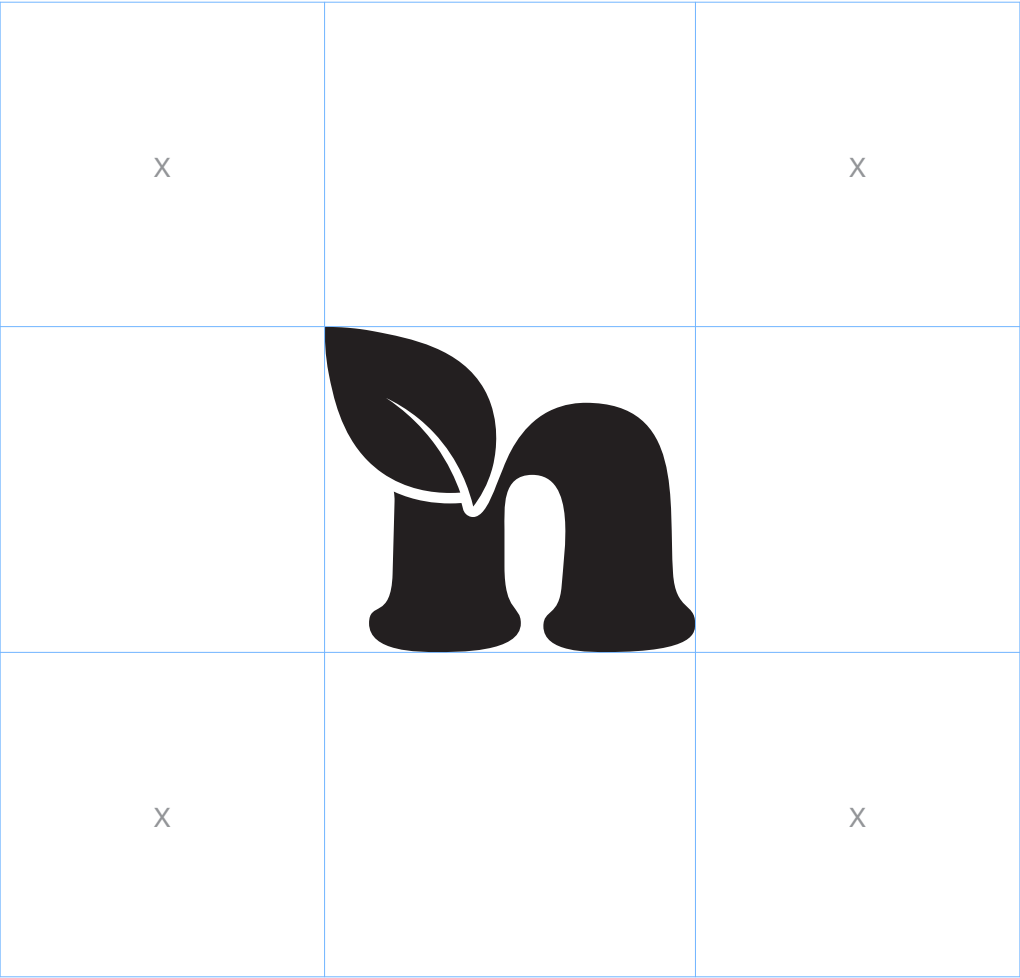
x		x
		
x		x

Área de Proteção do Símbolo

A área de proteção garante a legibilidade e o impacto do logotipo, isolando-o dos elementos visuais concorrentes, como texto e gráficos de apoio em materiais on e off-line.

Esta zona deve ser considerada como a distância segura mínima absoluta, garantindo que o logotipo tenha bastante espaço para respirar, não sendo permitida a aplicação com área menor que o mínimo recomendado.

A área de proteção mínima é igual à medida da altura do símbolo (indicada como x no diagrama).



Reduções Mínimas

Estabelecer um tamanho mínimo garante que o impacto e a legibilidade do logotipo não sejam comprometidos na aplicação.

Use os tamanhos mínimos indicados na página para aplicações em pequena escala do logotipo e do símbolo.



Redução Mínima do Logotipo  
160px / 30mm



Redução Mínima do Símbolo  
40px / 30mm

Usos Incorretos da Marca

É importante que a aparência do logotipo permaneça consistente. O logotipo não deve ser mal interpretado, modificado ou adicionado. Nenhuma tentativa deve ser feita para alterar o logotipo de qualquer forma.

Sua orientação, cor e composição devem permanecer conforme indicado neste documento, não havendo exceções.

Para ilustrar este ponto, alguns dos erros mais prováveis são mostrados nesta página.



Não utilize outline



Não mude a construção gráfica



Não rotacione



Não distorça



Não adicione novas informações



Não mude a proporção

Posicionamento do Logotipo

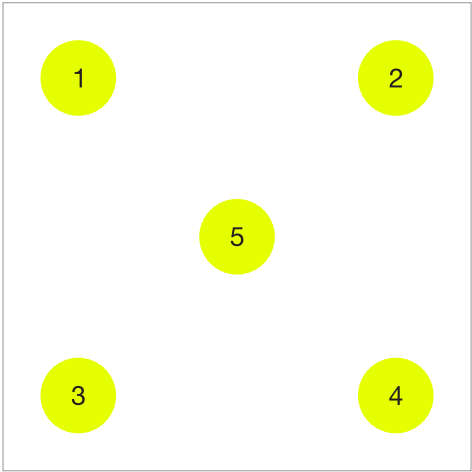
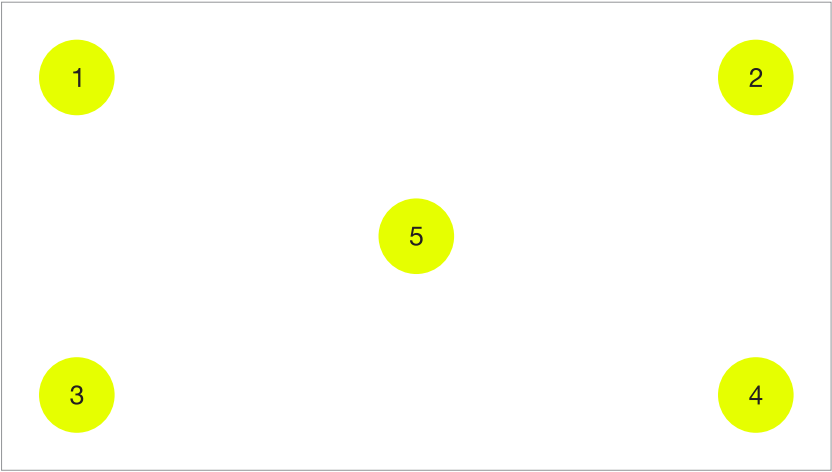
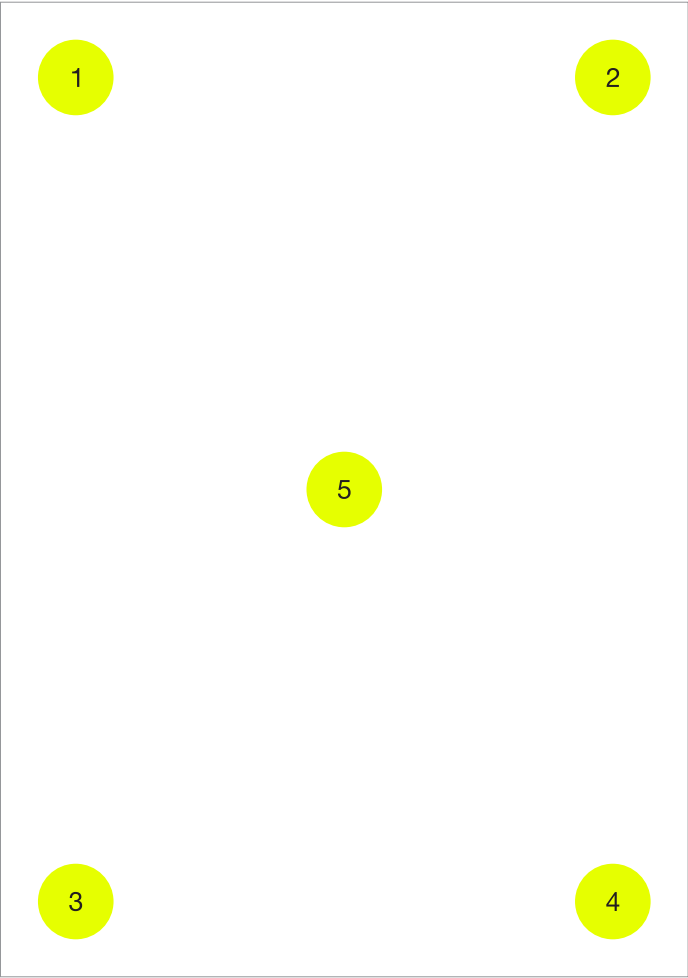
As diferentes assinaturas visuais da Natuni devem ser sempre inseridas em peças e materiais para garantir a máxima legibilidade e reconhecimento.

Independentemente do tamanho ou dimensão da comunicação, o logotipo só pode ser colocado em cinco locais. Isso mantém a colocação do logotipo simples e consistente, permitindo flexibilidade suficiente para acomodar o nosso sistema gráfico dinâmico. Lembre-se da zona de exclusão do logotipo ao colocar o logotipo nos cantos.

Em nenhuma ordem particular, a colocação as opções são:

- 1. Canto superior esquerdo
- 2. Canto superior direito
- 3. Canto inferior esquerdo
- 4. Canto inferior direito
- 5. Centralizado

Formatos de aplicação personalizados ou complexos são exceções a esta regra quando não for possível segui-lá, devendo sempre ser mantido um padrão visual na aplicação da marca que permita o seu reconhecimento.



Paleta de Cores Primária	16
Paleta de Cores Secundária	17
Variações Primárias	18
Variações Secundárias	19
Combinações de Cores	20
Uso Incorreto das Cores	21

# Cores

# 02

Paleta de Cores Primária

Nossa marca é sustentada por uma paleta de cores projetada para ser forte, moderna e diferenciada.

Diferentes combinações de cores podem alterar drasticamente o tom e a aparência de uma peça gráfica, por isso é importante considerar como elas funcionam juntas.

Para ajudar a obter maior reconhecimento da marca, é importante que nossa paleta de cores seja aplicada de forma consistente. O uso correto de nossa paleta mantém uma padronização em nossa comunicação visual.

Os padrões CMYK e Pantone® devem ser usados em materiais impressos.

Enquanto os padrões RGB e Hexadecimal devem ser usados em peças com propósito de serem exibidas em telas eletrônicas, como websites e vídeos.

Índigo	
Pantone®	533 C
CMYK	54 39 0 73
HEX	282E3A
RGB	40 46 58
Suculenta	
Pantone®	5477 C
CMYK	32 0 4 64
HEX	3A5756
RGB	58 87 86
Lavanda	
Pantone®	7675 C
CMYK	27 26 0 33
HEX	737CA3
RGB	115 124 163



Paleta de Cores Secundária

Tão importante quanto a nossa paleta de cores primária são as nossas cores secundárias. Estas cores nos auxiliam na construção de uma distinção visual em nossa marca mas, é importante que elas permaneçam secundárias em relação à nossa cor de assinatura.

Todas as cores em nossa paleta secundária complementam nossa cor de assinatura e nos dão flexibilidade de criação em todas as comunicações.

Nossas cores secundárias devem ser usadas em situações em que diferentes cores são necessárias mas, esforce-se para sempre manter nossa cor de assinatura como o maior valor.

Os padrões CMYK e Pantone® devem ser usados em materiais impressos.

Enquanto os padrões RGB e Hexadecimal devem ser usados em peças com propósito de serem exibidas em telas eletrônicas, como websites e vídeos.

Lima	
Pantone®	374 C
CMYK	15 0 53 9
HEX	D0E76B
RGB	208 231 107
Pálido	
Pantone®	7485 C
CMYK	6 0 16 13
HEX	C9DCB1
RGB	201 220 177
Céu	
Pantone®	2717 C
CMYK	30 17 0 7
HEX	ACC5DE
RGB	172 197 222
Bege	
Pantone®	663 C
CMYK	0 3 0 9
HEX	EDEBE6
RGB	237 235 230
Branco	
CMYK	0 0 0 0
HEX	FFFFFF
RGB	255 255 255

Variações Primárias

As variações da paleta de cores primária em Hexadecimal servem para ampliar o leque de possibilidades de aplicações no formato WEB para layouts de sites, aplicativos e comunicações digitais.

HEX	040506	HEX	060909	HEX	0B0C10
HEX	0C0E11	HEX	111A1A	HEX	222531
HEX	14171D	HEX	1D2C2B	HEX	3A3E52
HEX	1C2029	HEX	293D3C	HEX	515772
HEX	242934	HEX	344E4D	HEX	687093
Índigo		Suculenta		Lavanda	
Pantone®	533 C	Pantone®	5477 C	Pantone®	7675 C
CMYK	54 39 0 73	CMYK	32 0 4 64	CMYK	27 26 0 33
HEX	282E3A	HEX	3A5756	HEX	737CA3
RGB	40 46 58	RGB	58 87 86	RGB	115 124 163
HEX	3E434E	HEX	4E6867	HEX	8189AC
HEX	696D75	HEX	758989	HEX	9DA3BF
HEX	94979D	HEX	9DABAB	HEX	B9BED1
HEX	BFC0C4	HEX	C4CDCC	HEX	D5D8E3
HEX	EAEAEB	HEX	EBEEEE	HEX	F1F2F6

Variações Secundárias

A paleta de cores secundária da nossa marca também apresenta variações em Hexadecimal para ampliar as aplicações no formato WEB e contrastar com as cores primárias.

HEX	15170B	HEX	141612	HEX	111416	HEX	181717
HEX	3E4520	HEX	3C4235	HEX	343B43	HEX	474645
HEX	687436	HEX	656E59	HEX	56636F	HEX	777673
HEX	92A24B	HEX	8D9A7C	HEX	788A9B	HEX	A6A5A1
HEX	BBD060	HEX	B5C69F	HEX	9BB1C8	HEX	D5D4CF
Lima		Pálido		Céu		Bege	
Pantone®	374 C	Pantone®	7485 C	Pantone®	2717 C	Pantone®	663 C
CMYK	15 0 53 9	CMYK	6 0 16 13	CMYK	30 17 0 7	CMYK	0 3 0 9
HEX	D0E76B	HEX	C9DCB1	HEX	ACC5DE	HEX	EDEBE6
RGB	208 231 107	RGB	201 220 177	RGB	172 197 222	RGB	237 235 230
HEX	D5E97A	HEX	CEE0B9	HEX	B4CBE1	HEX	EFEDE9
HEX	DEEE97	HEX	D9E7C8	HEX	C5D6E8	HEX	F2F1EE
HEX	E3F1A6	HEX	E4EED8	HEX	D6E2EF	HEX	F6F5F3
HEX	ECF5C4	HEX	EFF5E8	HEX	E6EEF5	HEX	FAF9F8
HEX	FAFDF0	HEX	FAFCF7	HEX	F7F9FC	HEX	FDFDFD

Combinações de Cores

As cores desempenham um papel fundamental na expressão da nossa marca, conferindo vida e personalidade a ela. Por isso, é essencial explorarmos uma variedade de combinações para criar uma identidade visual marcante.

A seguir, apresentamos alguns exemplos que servem como orientação para o uso criativo de diferentes combinações de cores em nossas peças.

Lembre-se de que esses exemplos são apenas orientações, e a criatividade deve ser incentivada para explorar novas combinações e proporções de cores. O objetivo é criar uma identidade visual única e memorável, que reflita os valores e a essência da nossa marca.



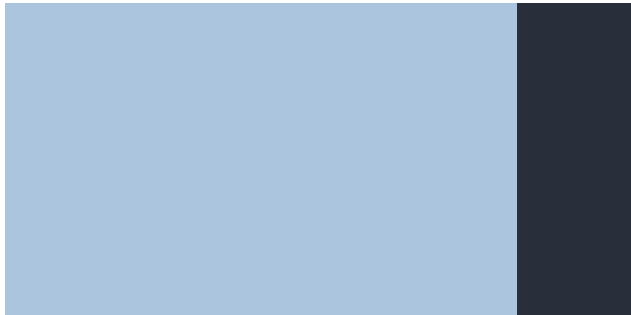
Combinação 1



Combinação 2



Combinação 3



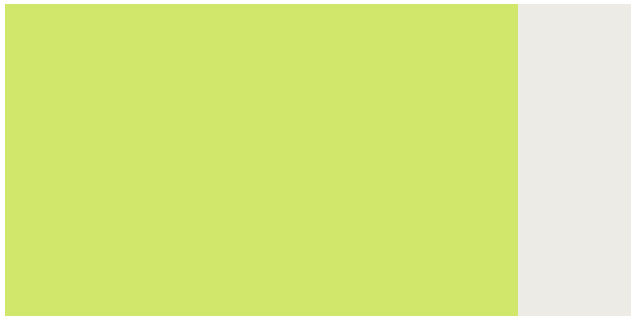
Combinação 4



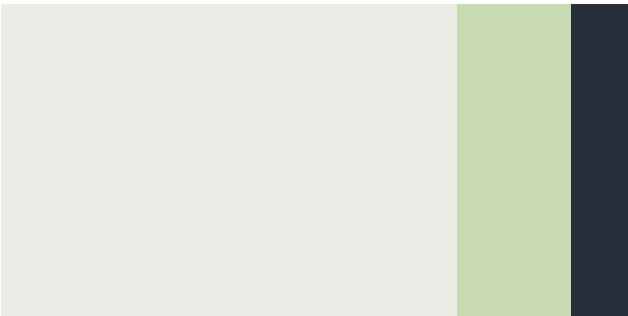
Combinação 5



Combinação 6



Combinação 7



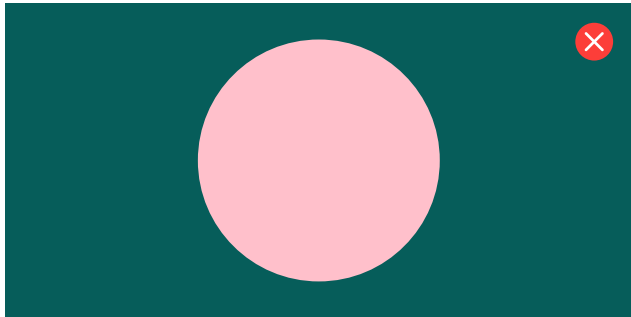
Combinação 8



Combinação 9

Uso Incorreto das Cores

Este é um guia rápido para garantir a legibilidade ao escrever mensagens em uma variedade de cores de fundo.



Não use cores sólidas fora da paleta da marca



Não use combinações de cores não legíveis



Não use gradientes não aprovados



Não ajuste a transparência das cores



Não use combinações de cores ilegíveis sobre fotografias



Não aplique o logotipo com cores fora da paleta de cores

Tipografia Institucional	24
Pesos Tipográficos	25
Hierarquia Tipográfica	26
Usos Incorretos da Tipografia	27

# Tipografia

# 03

Tipografia Institucional

A família tipográfica institucional da Natuni, Work Sans, é uma família de tipográfica projetada para uso em textos e interfaces digitais. Ela foi criada pelo designer de tipos Wei Huang e lançada pela primeira vez em 2014. A Work Sans é conhecida por ser uma fonte sans-serif moderna e amigável, adequada para uma variedade de aplicações, desde designs de web até materiais impressos.

A família tipográfica é otimizada para a legibilidade em tamanhos pequenos para dispositivos digitais, com nove pesos disponíveis para uso e aplicação além de variações em itálico.

Caracteres

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$%^&\*()?

Estilos e Pesos

Thin  
ExtraLight  
Light  
Regular  
Medium  
SemiBold  
Bold  
ExtraBold  
Black

AaBb



Pesos Tipográficos

Nossa marca utiliza nove pesos da família tipográfica Work Sans. Uma família tão versátil oferece várias soluções.

Work Sans  
Thin

Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$\$%^&\*()?

Work Sans  
ExtraLight

ExtraLight

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$\$%^&\*()?

Work Sans  
Light

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$\$%^&\*()?

Work Sans  
Regular

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$\$%^&\*()?

Work Sans  
Medium

Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$\$%^&\*()?

Work Sans  
SemiBold

SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$\$%^&\*()?

Work Sans  
Bold

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$\$%^&\*()?

Work Sans  
ExtraBold

ExtraBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$\$%^&\*()?

Work Sans  
Black

Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$\$%^&\*()?

Hierarquia Tipográfica

A tipografia deve ser usada de maneira dinâmica e de modo que garanta um alto contraste para criar interesse e definir uma identidade forte.

Os valores atribuídos à tamanho, entrelinha e entreletra descritos não são de uso e aplicação obrigatória, sendo apenas de uso exemplificativo e de aplicação conforme peça gráfica a ser desenvolvida, devendo ser seguido, apenas, a hierarquia de aplicação.

**Título**  
Work Sans ExtraBold

Tamanho - 48pt  
Entrelinha - 48pt  
Entreletra - 0pt

**Título de Seção**  
Work Sans Medium

Tamanho - 24pt  
Entrelinha - 30pt  
Entreletra - 0pt

**Corpo de Texto**  
Work Sans Regular

Tamanho - 12pt  
Entrelinha - 15pt  
Entreletra - 0pt

**Texto de Detalhe**  
Work Sans Regular

Tamanho - 10pt  
Entrelinha - 12pt  
Entreletra - 0pt

# TEMOS UM TÍTULO BEM GRANDE

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum aliquam eros

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum aliquam eros nec dolor dapibus luctus. Nullam scelerisque ex ut dui pulvinar, sed venenatis lacus eleifend. Donec vestibulum dictum bibendum. Maecenas molestie augue at nibh convallis,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum aliquam eros nec dolor dapibus luctus. Nullam scelerisque ex ut dui pulvinar, sed venenatis lacus eleifend. Donec vestibulum dictum bibendum. convallis.

Usos Incorretos da Tipografia

Uma boa tipografia é extremamente importante nas comunicações internas e externas. Acrescenta clareza às mensagens e instila confiança no público. Descritas na página estão algumas práticas comuns que enfraquecem os poderosos efeitos da tipografia. Ao usar nossas tipografias, evite o seguinte.

Não estique ou distorça o texto



**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum aliquam eros nec dolor dapibus luctus.**

Não use outline no texto



**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum aliquam eros nec dolor dapibus luctus.**

Não utilize um kerning muito apertado



**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum aliquam eros nec dolor dapibus luctus.**

Não utilize um entrelinhas muito apertado



**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum aliquam eros nec dolor dapibus luctus.**

Não utilize o texto justificado



**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum aliquam eros nec dolor dapibus luctus.**

Não use fontes que não são parte do universo visual da marca



**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum aliquam eros nec dolor dapibus luctus.**

Dúvidas?

Para mais informações  
sobre nossa marca,  
sinta-se à vontade para  
entrar em contato.

contato@natuni.com.br  
**natuni.com.br**