

GUIA DA LOGOMARCA



SUMÁRIO

Introdução	03
A logomarca	04
Variações de cor	05
Dimensões mínimas	06
Área de não-interferência	07
Usos incorretos	08
Cores institucionais	09
Tipografia	10
Grafismo	11
Aplicações	12

Construir e consolidar a marca **Nix BR** implica atuar de forma **coordenada**, para que colaboradores, clientes, fornecedores e parceiros, sejam capazes de reconhecê-la e compreender seu posicionamento.

A comunicação é uma dessas frentes, e a **identidade visual** constitui um de seus aspectos mais relevantes.

A identidade visual da marca é a maneira pela qual ela se apresenta para o público – como seu nome é veiculado em uma logomarca, quais as **cores predominantes** nas diversas peças de comunicação e nos ambientes, o **estilo das imagens** nos anúncios, a **personalidade impressa** em um cartão de visita etc. A consistência e a coerência presentes nas soluções visuais contribuem para **fortalecer** a imagem da marca.

Este guia trata dos elementos básicos da identidade visual **Nix BR** – logomarca, cores e tipografia institucional – e oferece exemplos de aplicação, orientando assim todos aqueles que serão **responsáveis por sua gestão**.



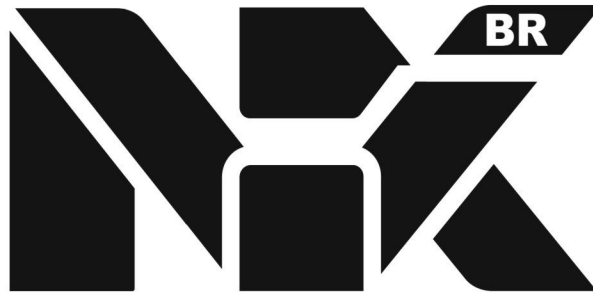
O **N** de Nix constitui **sobreposição, firmeza e movimento** entre os pilares.

A letra **I** carrega em si a **conexão e equilíbrio** entre dispositivos.

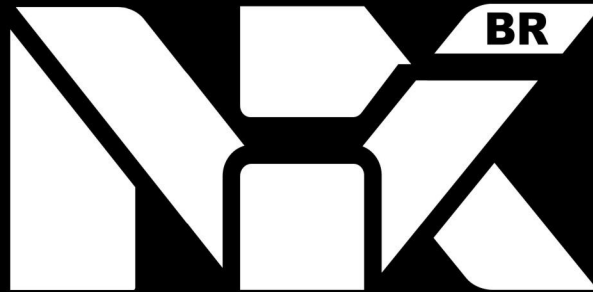
O **X** além de representar o **entrelaço** da conexão traz o indicativo de **crescimento positivo** elevando a sigla **BR**.

Sempre que possível, a logomarca deve ser utilizada nas versões **preferenciais** de cor. Quando veiculada sobre fundos coloridos ou imagens, devem-se preservar seu contraste e legibilidade.

As versões monocromáticas são de uso restrito.



Versão preferencial **positiva**



Versão preferencial **negativa**



Versão preferencial **original**



VERSÃO COMPLEXA

Para assegurar sua legibilidade da logomarca, devem ser respeitadas as dimensões mínimas de veiculação **8 mm e 16,3 mm em largura** em materiais gráficos.

Esta regra pode ser flexibilizada no caso de utilização em outras mídias, como websites. Em qualquer caso, no entanto, é fundamental apenas utilizar a versão **correta** da marca e atentar para a perfeita visualização em versões mínimas.



VERSÃO TIPOGRÁFICA

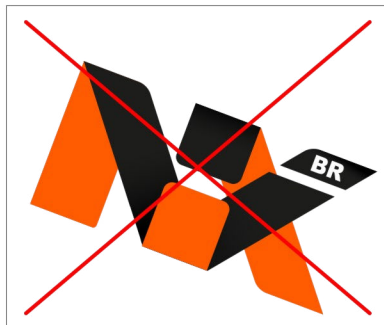
A **versão tipográfica** deve ser utilizada em locais onde a **complexidade** da forma da logo seja **prejudicada**, nesse caso utilize para **melhor legibilidade**.



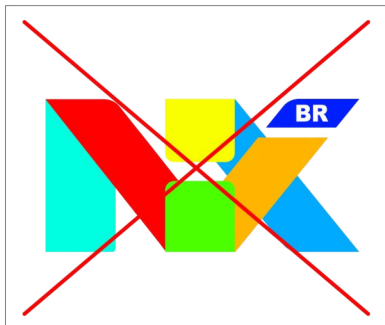
Para garantir o impacto visual e a legibilidade da logomarca, é preciso resguardar uma área em torno dela equivalente, no mínimo, o **dobro da altura da última arestas interna.**

[illegible]

É importante respeitar todos os elementos que constituem a logomarca. Estes são alguns exemplos de usos que devem ser **evitados**.



Não rotacionar



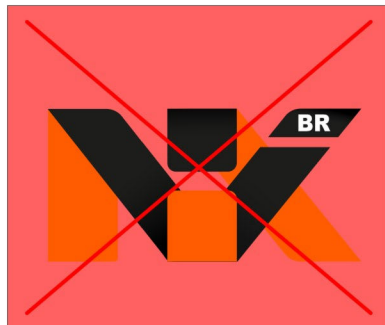
Não alterar as cores



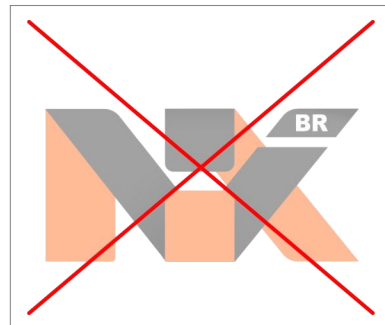
Não pintar internamente



Não distorcer



Não aplicar sobre fundos que não apresentem contraste



Não aplicar como marca d'água



Não aplicar moldura



Não desalinhar os elementos



Não modifique a logo

As **cores institucionais** são aquelas definidas para a veiculação da identidade visual da empresa. Devem predominar tanto em materiais institucionais como promocionais.

COR BASE

Pantone® Branco
R205 G255 B255
C0% M0% Y0%K0%
Hexa #ffffff



COR FIXA

Pantone® Neutral Black C
R20 G20 B20
C78% M69% Y61%K87%
Hexa #141414



COR DESTAQUE

Pantone® Orange 021 C
R255 G91 B0
C0% M74% Y94%K0%
Hexa #ff5b00



A tipografia institucional identifica e uniformiza os textos de comunicação institucionais e promocionais. Trata-se das famílias **Montserrat** e **Lato**, com as suas variações de peso.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 @?!(){}[];.,

Montserrat

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 @?!(){}[];.,

Lato

A fonte **Lato** deve ser utilizada em textos informativos ou parágrafos, tendo 15pt de espaçamento de altura por linha, peso em Light e ênfases em Bold. A fonte **Montserrat** deve ser utilizada para cabeçalhos, temas ou títulos. Em elementos impressos não utilize o texto inferior a 8pt.

Para adquirir as famílias tipográficas,
acesse o endereço eletrônico:
fonts.google.com

O grafismo é um dos elementos da **identidade visual** e pode ser utilizado na criação de materiais de comunicação diversos.



O conceito do grafismo para **Nix BR** é manter os traços **retos** com **arestas curvas**, similar a forma da logomarca, **continuidade** nas formas é o que buscamos de **estabilidade e conexão**, e curvas como **movimento e flexibilidade**.



CONEXÃO DEDICADA

Serviços especializados
em **conectividade**.

Para **empresas, corporações**
e **operadoras** de internet.

Saiba mais

 21 99740-3183

 21 3030-7210

 nixbr.com



SUA CONEXÃO COMEÇA AQUI.

Cuidamos das melhores
operadoras de internet
do Brasil.

Solicite já

 21 99740-3183  21 3030-7210  contato@nixbr.com  nixbr.com



APLICAÇÃO



**CONEXÃO
DEDICADA**

Serviços especializados
em **conectividade.**

NIX BR

 nixbr.com



APLICAÇÃO



APLICAÇÃO



A large billboard advertisement for NIX BR is displayed against a city skyline. The billboard features a man in a dark suit, white shirt, and red tie, standing with his arms crossed. The background of the billboard shows a cityscape with tall buildings and construction cranes. The text on the billboard is as follows:

**CONEXÃO
DEDICADA**

Serviços especializados
em **conectividade**.

NIX BR

 nixbr.com

APLICAÇÃO



APLICAÇÃO





GUIA DA LOGOMARCA | IDENTIDADE VISUAL

