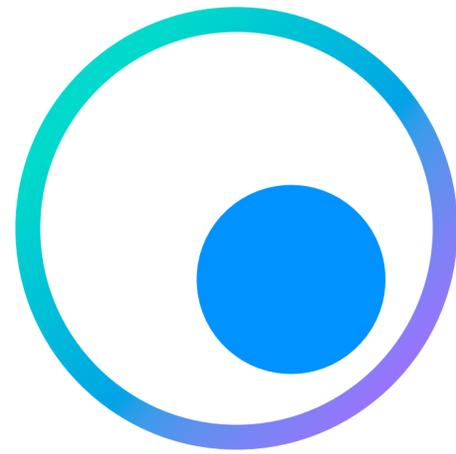


01

# Marca



A marca



**banri**  
ponto



# Composição

A marca é composta de ícone e lettering.

O ícone tem formas simples, diretas e exatas. E, nas suas cores, a ideia de abrangência e representatividade.

O lettering é suave e humano. Suas formas são exatas e modernas.



# Versão horizontal

Essa é a versão principal da marca.  
Ela deve ser usada sempre que possível.



Nessa versão, a relação se dá pela proximidade de altura entre os elementos - ícone e lettering.



# Marca positiva e negativa

---

O que determina o uso  
de uma delas é o contraste  
com o fundo e a boa leitura.



# Marca monocromática

As versões da marca em uma única cor existem para solucionar casos de restrição técnica ou de necessidade da mídia.



## Marca sobre fundo muito colorido

---

Em casos nos quais o fundo tem muitas cores - principalmente se aproximando das cores dos ícones - o ideal é que a marca seja assinada de maneira monocromática.



# Marca monocromática preto e branco

---

As versões da marca em uma única cor existem para solucionar casos de restrição técnica ou de necessidade da mídia.



# Aplicação sobre fundos variados

A aplicação deve buscar sempre o melhor contraste e destaque para a marca. Quando o fundo tiver muitas informações, a aplicação com proteção é a mais indicada.



## Usos incorretos



Não é possível variar as cores da marca numa mesma aplicação.

Não é permitido escolher uma cor diferente do padrão cromático sem aprovação prévia do marketing.

A leitura e o destaque da marca devem ser buscados em todas as aplicações.



# Área de proteção

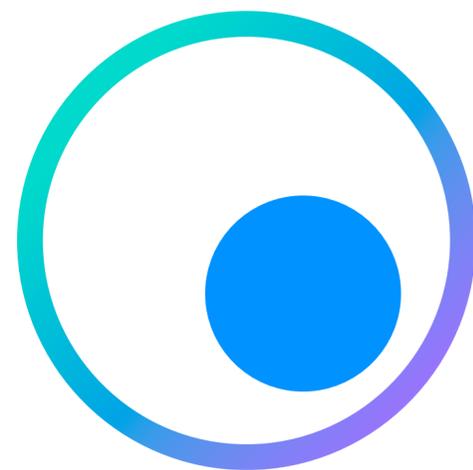
A área de proteção é o espaço mínimo que se deve aplicar de distanciamento da marca em relação a outros elementos. Não se deve inserir nenhum elemento nas proximidades da área demarcada. No caso de Banrisul, ela se baseia no espaço interno da letra "b" e "a", considerando essa reserva de espaço a partir de todas as extremidades da marca.



# Versão vertical

A versão vertical existe para otimizar o uso da marca em formatos e mídias específicas. Sendo assim, as proporções de relação entre lettering e ícone mudam.

Essa versão é indicada para áreas onde a largura é limitada e a marca precisa fazer o melhor uso da altura.



banri  
ponto



Nessa versão, o ícone precisa crescer para se aproximar mais da largura do lettering e a marca como um todo otimizar a sua altura.



# Redução máxima

A redução máxima existe para garantir a legibilidade da marca nos diferentes tipos de aplicações e meios (impressos e digitais).

Nossa marca horizontal deve ser reduzida a no máximo 4cm de largura (impresso) e a 113px de largura (no caso digital) para garantirmos a leitura de todas as informações.

Nossa marca vertical deve ser reduzida a no máximo 3cm de largura (no caso impresso) e a 85px de largura (no caso digital).



# Redução máxima do ícone

O ícone faz parte da marca na sua integralidade, mas, eventualmente, ele pode ser utilizado como a única representação gráfica. Como, por exemplo, em usos digitais do tipo avatar.

A utilização do ícone sozinho, como único elemento gráfico da marca, precisa ter um mínimo de destaque e segurança visual. Sendo assim, a sua redução máxima é de 1cm de largura (no caso impresso) e de 28px de largura (no caso digital).



1cm  
28px

Ex.: espaço para avatar de até 50px.



32px

O uso do ícone isolado no digital deve priorizar fundos escuros, pois destacam mais as cores.



# Cor

O azul é a cor icônica do Banrisul e por isso é a cor principal. Temos uma família de cores que são complementares ou variações do azul principal. Essas cores adicionais existem para reforçar outros aspectos do banco, tais como inclusão, sustentabilidade, modernidade, etc.



# Cores digitais

As cores principais foram criadas para se destacar no universo digital. Elas têm mais vida e destaque conforme o meio permite.



**Azul**

O azul principal deve estar presente sempre que possível. Ele é a cor de reconhecimento da identidade do banco.

RGB 0 / 148 / 255  
Hexadecimal #0094FF



**Roxo**

O roxo complementar é uma cor viva que auxilia na composição e ideias digitais.

RGB 147 / 111 / 250  
Hexadecimal #936FFA



**Turquesa**

O turquesa complementar é uma cor viva e que auxilia na composição e conceitos de sustentabilidade.

RGB 28 / 216 / 202  
Hexadecimal #1cd8ca



**Azul escuro**

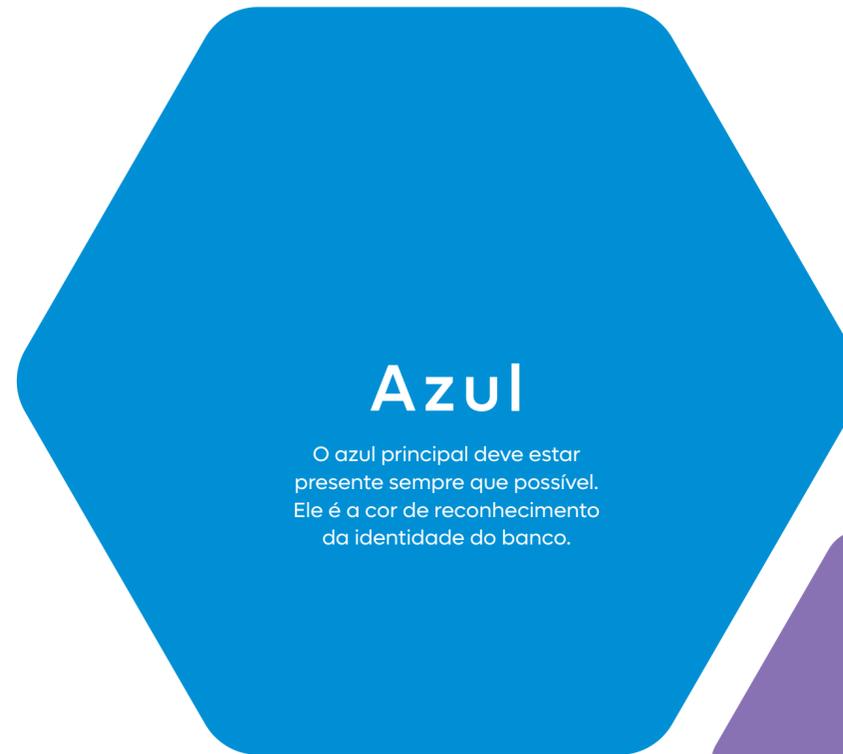
O azul complementar é uma cor sóbria que auxilia em aspectos mais corporativos e sérios.

RGB 0 / 0 / 80  
Hexadecimal #000050



# Cores físicas

As cores físicas são mais sóbrias por causa dos substratos de impressão. Mas ainda assim buscam dar vida e inovação na sua composição.



## Azul

O azul principal deve estar presente sempre que possível. Ele é a cor de reconhecimento da identidade do banco.

CMYK 100 / 25 / 0 / 0  
PANTONE 2195C



## Roxo

O roxo complementar é uma cor viva que auxilia na composição e ideias digitais.

CMYK 50 / 60 / 0 / 0  
PANTONE 2087C



## Turquesa

O turquesa complementar é uma cor viva e que auxilia na composição e conceitos de sustentabilidade.

CMYK 75 / 0 / 50 / 0  
PANTONE 3534C



## Azul escuro

O azul complementar é uma cor sóbria que auxilia em aspectos mais corporativos e sérios.

CMYK 100 / 80 / 0 / 55  
PANTONE 2766C



# Aplicações

Nossa marca é dinâmica e abrangente por conta da sua gama de cores.  
Sendo assim é sempre importante garantirmos a boa leitura  
por meio de contraste com o fundo.



## Aplicação em fundo colorido claro

---

Sempre que possível, a marca deve ser aplicada sobre um fundo branco ou azul escuro. Quando o fundo for colorido é importante buscar ou criar uma área com bastante claridade ou bastante escuridão.

Deve-se evitar tons médios. Quando isso não for possível, a aplicação deve ser feita na versão monocromática.



## Aplicação em fundo colorido escuro

---

Quando o fundo tiver uma boa área escura, a marca deve ser aplicada na versão de ícone colorido e lettering branco.



## Aplicação em fundo colorido de tons médios

---

Quando o fundo oferecer apenas tons médios, a marca deve ser aplicada na versão monocromática.



Aplicação  
em totem

---



# Aplicação em vitrine vidro transparente

Quando o fundo for transparente,  
a marca deve ser aplicada  
na versão colorida.



# Tipografia

A família de fontes institucionais existe para garantir a qualidade técnica da comunicação, bem como auxiliar no reforço das características emocionais que se desejam transmitir.



# Fonte principal

---

A família de fontes utilizada para reforçar o novo visual da marca em campanhas e peças de destaque visual é a Lufga, uma família extensa em variações.

Essa fonte é a principal para títulos e chamadas.

É uma fonte paga, o que torna ela mais exclusiva e ajuda na construção de uma identidade proprietária.

Thin	<i>Thin italic</i>
Light	<i>Light italic</i>
Regular	<i>Italic</i>
Medium	<i>Medium italic</i>
Semibold	<i>Semibold italic</i>
<b>Bold</b>	<b><i>Bold italic</i></b>
<b>ExtraBold</b>	<b><i>ExtraBold italic</i></b>
<b>Black</b>	<b><i>Black italic</i></b>

# Lufga

---

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

# Lufga

---

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



## Fonte de apoio

---

A nova marca tem também uma fonte de apoio - Source Sans Pro - que funciona muito bem para casos mais restritivos, locais ou usos que necessitam de maior acessibilidade. E é também uma fonte open source. Ela pode ser utilizada juntamente com a Lufga como fonte de texto corrido, descritivo de materiais, etc.

Light

Regular

Semibold

**Bold**

**Black**

*Light italic*

*Italic*

*Semibold italic*

***Bold italic***

***Black italic***

# Source Sans Pro

---

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

! @ # \$ % ^ & \* ( ) + ?

# Source Sans Pro

---

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

! @ # \$ % ^ & \* ( ) + ?



# Uso das fontes em conjunto

---

As duas fontes institucionais podem ser usadas em conjunto mantendo uma hierarquia de destaques e respeitando suas funcionalidades. A fonte Lufga deve ser utilizada para títulos e textos de destaque. Já a fonte Source Sans Pro deve ser utilizada para textos corridos e apoio, pois tem boa leitura em tamanhos reduzidos.

## Título da peça em lufga

---

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

[banrisul.com.br](http://banrisul.com.br)



---

Em caso de dúvidas,  
entre em contato com  
a equipe de marketing  
do Banrisul.

---

canal de contato: [banricontato\\*](#)

Obrigado

