

Manual

DE IDENTIDADE VISUAL

Introdução

A marca IMendes é mais do que um nome é a representação de um posicionamento sólido, orientado por inovação, inteligência e confiança no universo da gestão tributária.

Este manual foi desenvolvido com o objetivo de garantir consistência, clareza e integridade na forma como a marca se apresenta em todos os seus pontos de contato. **Ele reúne diretrizes visuais e conceituais que orientam** uso correto da identidade, assegurando que cada aplicação comunique, de maneira precisa, os valores e a essência da IMendes.

Em um cenário onde precisão e credibilidade são fundamentais, a construção de **uma marca forte não é apenas um diferencial é um ativo estratégico**. Por isso, este documento deve ser utilizado como referência central por todos os envolvidos na comunicação da IMendes, preservando sua identidade e fortalecendo sua presença no mercado.

Mais do que normas, este manual é um guia para construir percepções consistentes, **gerar reconhecimento e consolidar a marca como sinônimo de confiança e excelência**.



Índice

01. A Marca

02. Área de Proteção

03. Avatar

04. Paleta de Cores

05. Tipografia

06. Iconografia

07. Elementos Gráficos

08. Estilo Fotográfico

01 ● A Marca

ime
● HUB



imendes
o **HUB FISCAL** do Brasil

Para garantir a legibilidade e a força visual da marca IMendes em qualquer aplicação, é fundamental sempre manter um bom contraste entre o logotipo e o fundo

Invertida



Positiva



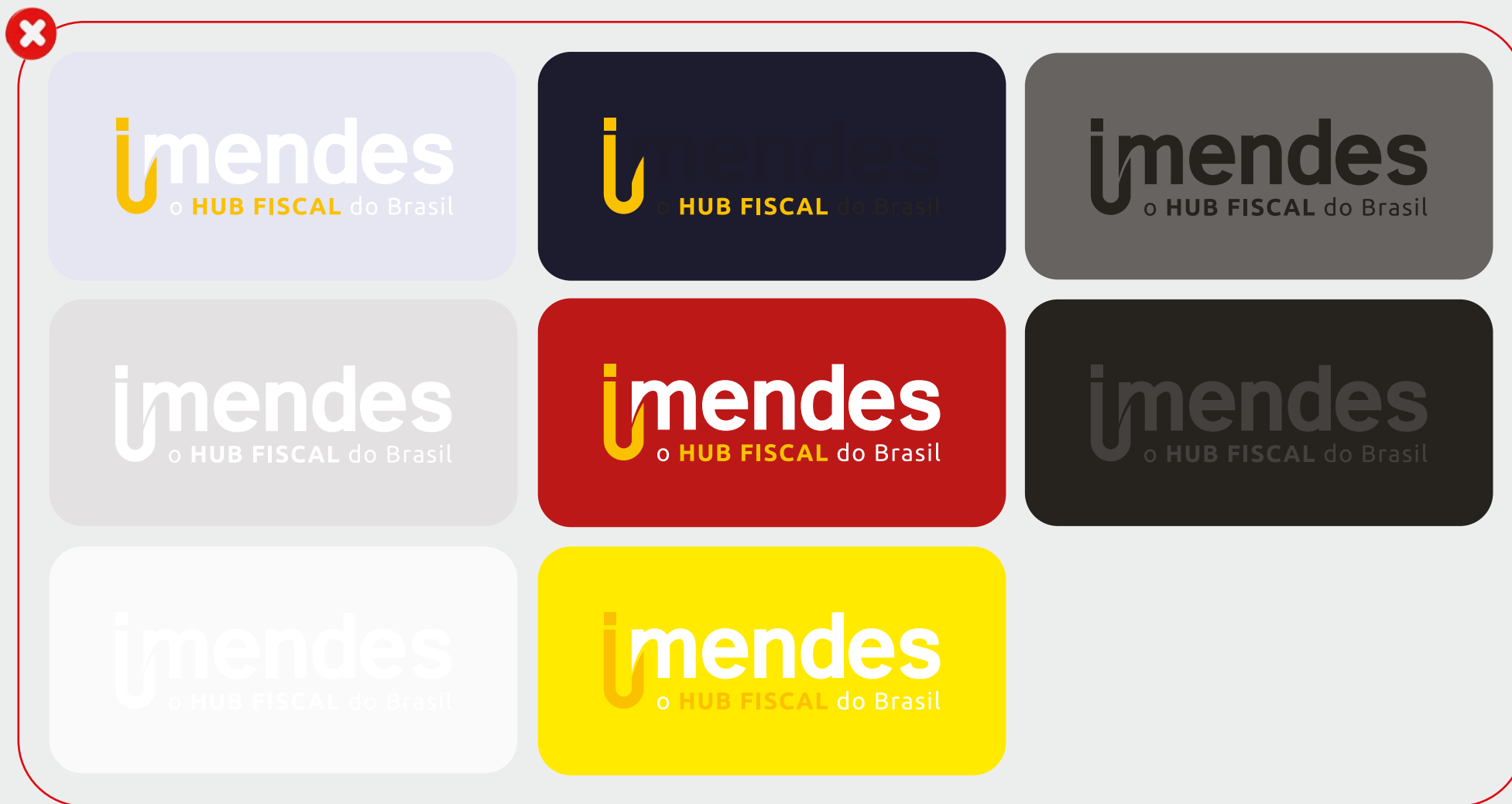
Negativo



Importante:

O contraste entre a marca e o fundo deve ser sempre nítido. Evite aplicações sobre imagens poluídas, fundos coloridos aleatórios ou superfícies que comprometam a leitura da marca.

Exemplos **incorretos** de utilização



Para garantir a legibilidade e a força visual da marca IMendes em qualquer aplicação, é fundamental sempre manter um bom contraste entre o logotipo e o fundo.

Importante:

O contraste entre a marca e o fundo deve ser sempre nítido. Evite aplicações sobre imagens poluídas, fundos coloridos aleatórios ou superfícies que comprometam a leitura da marca.

Exemplos **corretos** de utilização



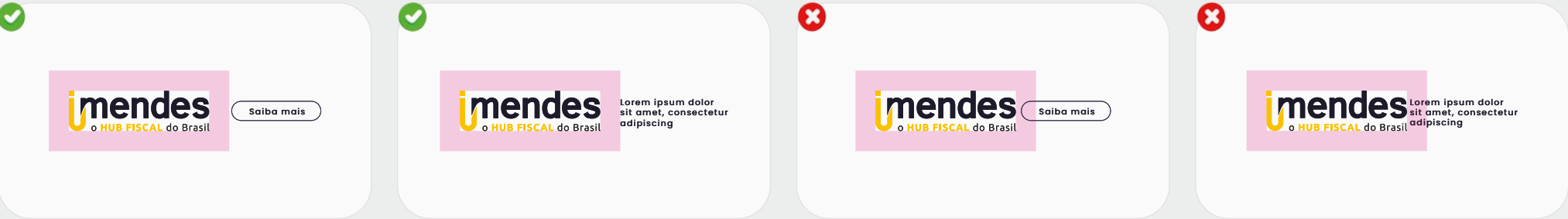
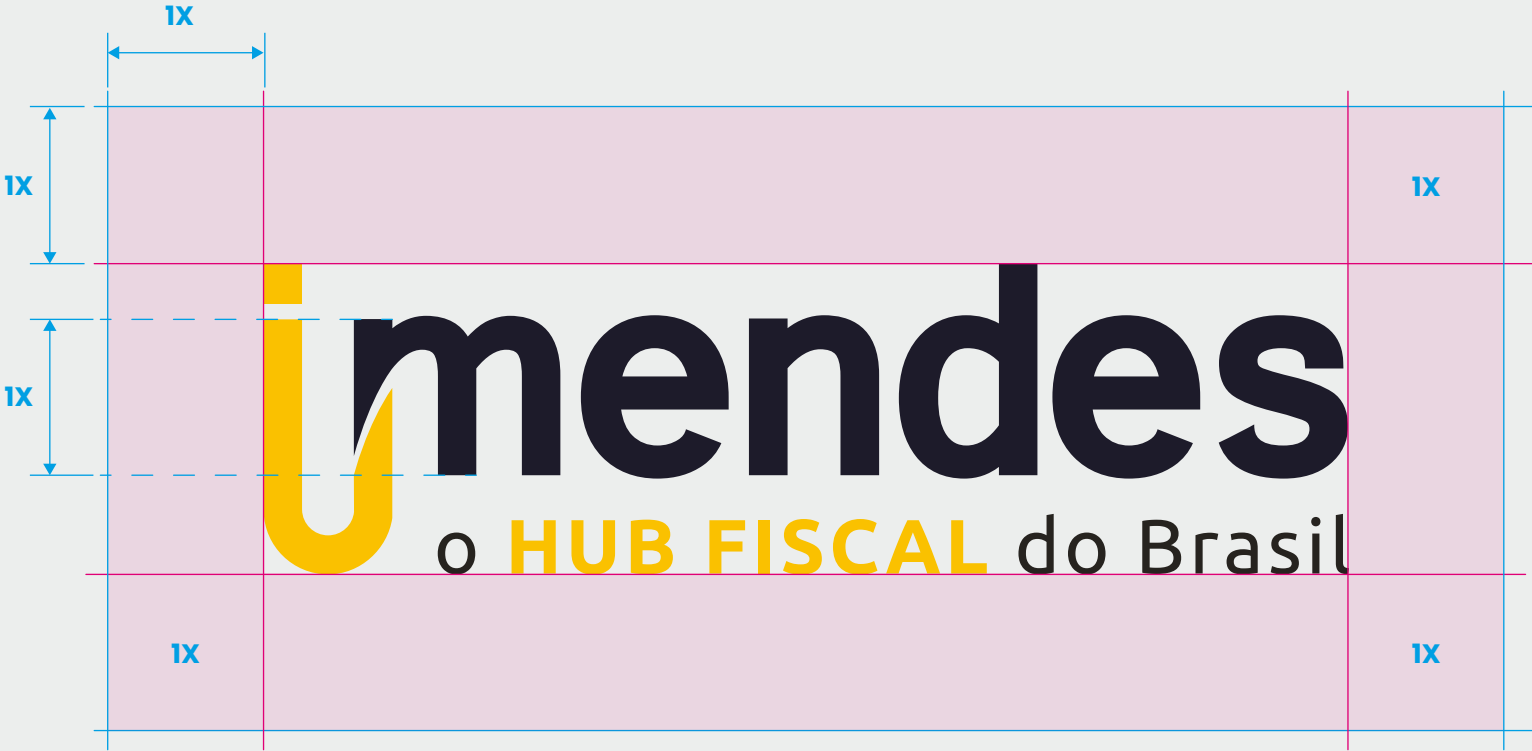
Para garantir a legibilidade e a força visual da marca IMendes em qualquer aplicação, é fundamental sempre manter um bom contraste entre o logotipo e o fundo.

Importante:

O contraste entre a marca e o fundo deve ser sempre nítido. Evite aplicações sobre imagens poluídas, fundos coloridos aleatórios ou superfícies que comprometam a leitura da marca.

02. Área de Proteção

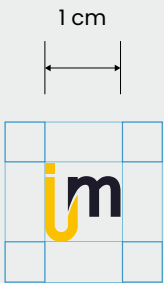
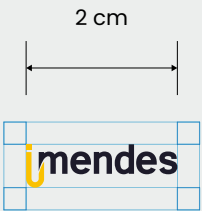
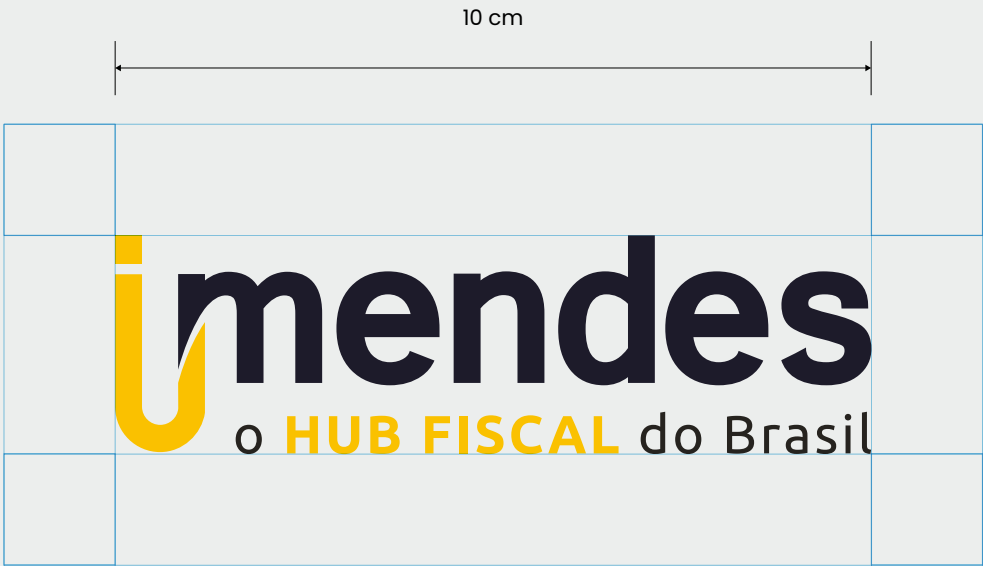




Para garantir que a marca IMendes tenha sempre a melhor leitura e destaque em qualquer aplicação, definimos uma área de proteção obrigatória ao seu redor. Essa área de respiro evita que outros elementos gráficos ou textos interfiram na visibilidade e no impacto da marca. Para medir essa área, utilizamos como referência a altura da letra "M" do logotipo. Nada deve invadir esse espaço reservado. Assim, a identidade da IMendes mantém sua força, clareza e profissionalismo em todas as situações. Lembre-se: respeitar a área de proteção é essencial para preservar a integridade e a consistência da nossa comunicação visual!

Tamanho mínimo para aplicação

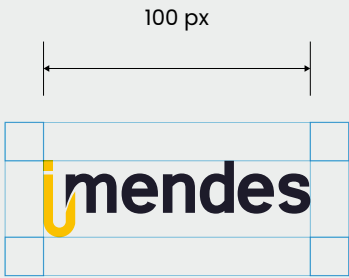
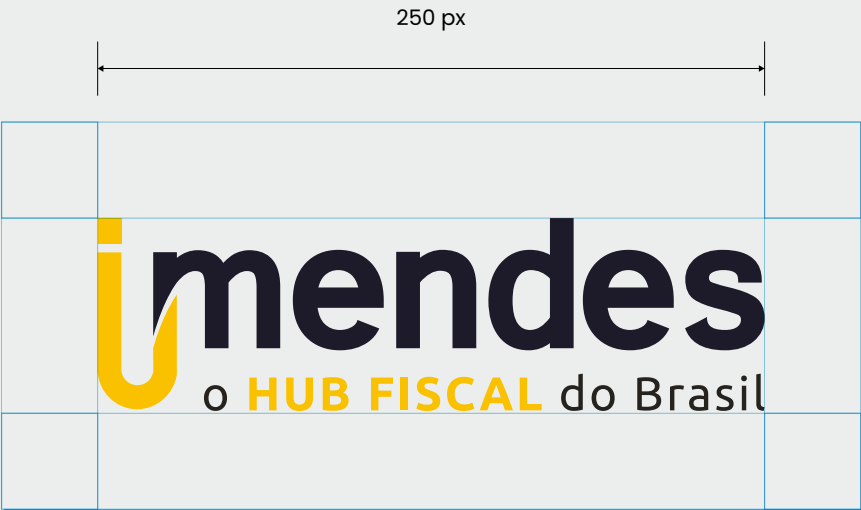
Materiais
impressos



A marca não pode ser reduzida além do tamanho mínimo estabelecido. Essa limitação é necessária para preservar a clareza dos detalhes, a nitidez das formas e a percepção de qualidade. A área de proteção — medida pela altura da letra "M" — deve ser respeitada em todas as aplicações, independentemente do tamanho ou da proporção da peça. Esse espaço livre ao redor da marca evita que outros elementos visuais concorram pela atenção, garantindo sempre a melhor leitura e destaque.

Tamanho mínimo para aplicação

Materiais
Web



A marca não pode ser reduzida além do tamanho mínimo estabelecido. Essa limitação é necessária para preservar a clareza dos detalhes, a nitidez das formas e a percepção de qualidade. A área de proteção — medida pela altura da letra "M" — deve ser respeitada em todas as aplicações, independentemente do tamanho ou da proporção da peça. Esse espaço livre ao redor da marca evita que outros elementos visuais concorram pela atenção, garantindo sempre a melhor leitura e destaque.

03

● Avatar



Construção de Imagem para perfil, ícones e aplicativo.

Midias Sociais
e Plataformas



Android



IOS



Para garantir uma presença digital consistente e profissional, a IMendes deve utilizar preferencialmente o símbolo da marca como avatar de perfil em redes sociais, plataformas de comunicação e sistemas digitais.

Orientações principais:

- Use o símbolo oficial da IMendes em alta resolução.
- Respeite a área de proteção, mantendo o espaço livre proporcional ao redor do símbolo, mesmo dentro de molduras circulares ou quadradas.
- Mantenha o contraste: utilize fundos neutros e oficiais para garantir a boa leitura e destaque do símbolo.
- Centralize e preserve a proporção: o símbolo deve estar perfeitamente alinhado ao centro, sem distorções, rotações ou alterações de cor.

Manter essas boas práticas fortalece a identidade da IMendes e assegura uma imagem clara, moderna e profissional em todos os canais digitais.

04. Paleta de Cores



Cores Institucionais

Paleta Primária

Hex | #13162c
RGB | 19, 22, 44
CMYK | 90, 83, 72, 69
Pantone 532C

Hex | #EABD32
RGB | 234, 189, 50
CMYK | 2, 26, 100, 0
Pantone 136C

Apoio

Hex | #FFFFFF
RGB | 255, 255, 255
CMYK | 0, 0, 0, 0

Hex | #232221
RGB | 35, 34, 33
CMYK | 71, 65, 66, 77
Pantone Black

Cores Institucionais

Paleta Secundária

Hex | #1f2a49
RGB | 31, 42, 73
CMYK | 100, 87, 42, 43

Hex | #c69f3b
RGB | 198, 159, 59
CMYK | 17, 37, 97, 1

Hex | #4b5563
RGB | 75, 85, 99
CMYK | 76, 60, 44, 25

Esses tons foram pensados para reforçar o caráter tecnológico, facilitar a hierarquia da informação e proporcionar equilíbrio visual em interfaces, dashboards e materiais de comunicação, atuando como suporte estratégico às cores principais sem competir com seu protagonismo.

Os amarelos de apoio da IMendes trazem mais versatilidade e equilíbrio ao sistema visual. O tom claro reforça interações e destaques, enquanto o pastel suaviza fundos e áreas informativas. Juntos, mantêm a força do amarelo principal sem competir com seu protagonismo.

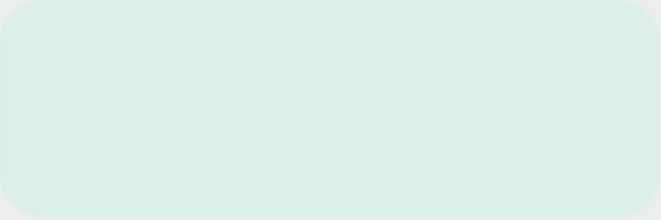
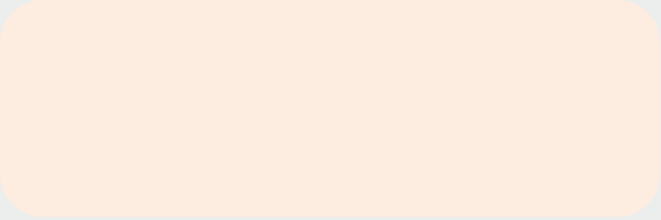
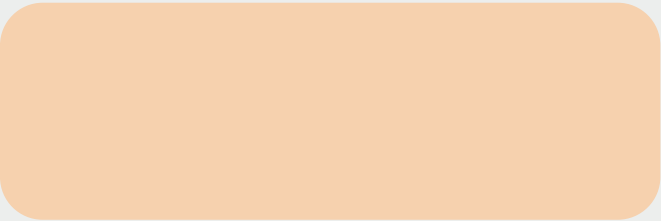
Os neutros sofisticados da IMendes garantem equilíbrio e acabamento premium à identidade visual. O off white traz leveza aos fundos, o cinza claro organiza a estrutura com divisores sutis, e o cinza profundo reforça a legibilidade. Juntos, criam uma base elegante e funcional para destacar as cores principais.

Paleta Complementar

Hex | #c87a31
RGB | 200, 122, 49
CMYK | 9, 62, 100, 0

Hex | #39a770
RGB | 57, 167, 112
CMYK | 96, 0, 80, 0

Hex | #d04c52
RGB | 208, 76, 82
CMYK | 0, 86, 65, 0



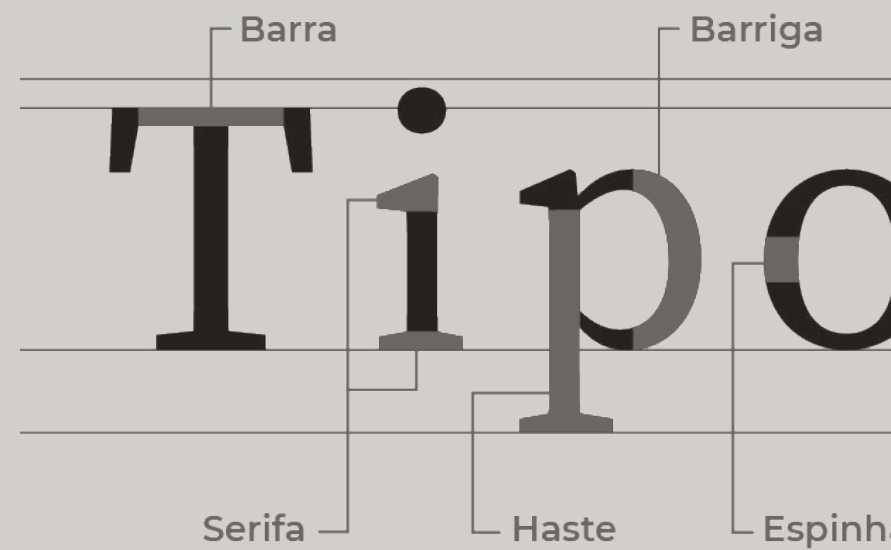
Os tons de laranja trazem contraste sofisticado ao azul da marca, adicionando dinamismo sem perder a elegância. O âmbar destaca pontos estratégicos, enquanto o soft sand aquece a composição com suavidade, apoiando o amarelo principal sem competir com ele.

Os tons de verde reforçam a ideia de conformidade e segurança. O verde principal sinaliza sucesso e validação, enquanto o verde soft suaviza a comunicação em fundos e estados positivos, trazendo equilíbrio e clareza visual.

Os tons de vermelho comunicam alerta e urgência com precisão. O vermelho principal destaca erros e riscos, enquanto o vermelho soft suaviza a sinalização em fundos, garantindo clareza sem pesar na interface.

05

• Tipografia



A tipografia institucional é um dos pilares da identidade visual da IMendes. Ela contribui para a consistência e o reconhecimento da marca em todas as peças de comunicação – sejam elas institucionais, promocionais ou digitais.

Utilizamos a família tipográfica Poppins, em suas diversas variações de peso e estilo. Com traços modernos e geométricos, a Poppins transmite clareza, leveza e contemporaneidade – características alinhadas ao posicionamento da IMendes como referência em inovação e tecnologia tributária.

Ad

Poppins

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz|0123456789

@#\$%&! ? + - = / < > { } [] ' " *

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ|0123456789

@#\$%&! ? + - = / < > { } [] ' " *

Para adquirir a família tipográfica,
acesse o endereço eletrônico:

<https://fonts.google.com/specimen/Poppins>

Uso recomendado

Títulos e destaques: dê preferência às versões mais encorpadas da Poppins (**ExtraBold, Black**).

Textos corridos e conteúdos informativos: utilize pesos intermediários e leves, como Regular e Light, garantindo boa legibilidade.

Headlines

Headlines | HEADLINES

Sub Headlines

Sub Headlines | SUB HEADLINES

Body text

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut egestas posuere ligula et bibendum. Etiam quis dolor metus. Nullam semper ipsum vitae neque tempor tincidunt. Vestibulum vehicula interdum dignissim. Quisque consequat leo in ornare volutpat. Morbi at massa quam. Donec euismod libero nec sodales imperdiet. Nam varius leo ut leo lacinia, in pellentesque ante molestie. Nunc ut urna sed tortor sodales aliquam nec sit amet nisl.

Caso não seja possível utilizar a fonte institucional (por limitações técnicas ou de sistema), recomenda-se o uso da família Arial em documentos operacionais, como relatórios internos, apresentações em PowerPoint ou mensagens de e-mail corporativo.

Uso complementar

Para utilização em materiais web e conteúdos textuais de grande volume.

Aa

Inter

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
@ # \$ % & ! ? + - = / < > { } [] ' " *
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
@ # \$ % & ! ? + - = / < > { } [] ' " *

Para adquirir a família tipográfica,
acesse o endereço eletrônico:

<https://fonts.google.com/specimen/Inter>

Uso complementar

Para utilização em detalhes específicos para títulos e chamadas.

Aa

Retro Signature

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

@ # \$ % & ' ? + - = / < > { } [] ' " *

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

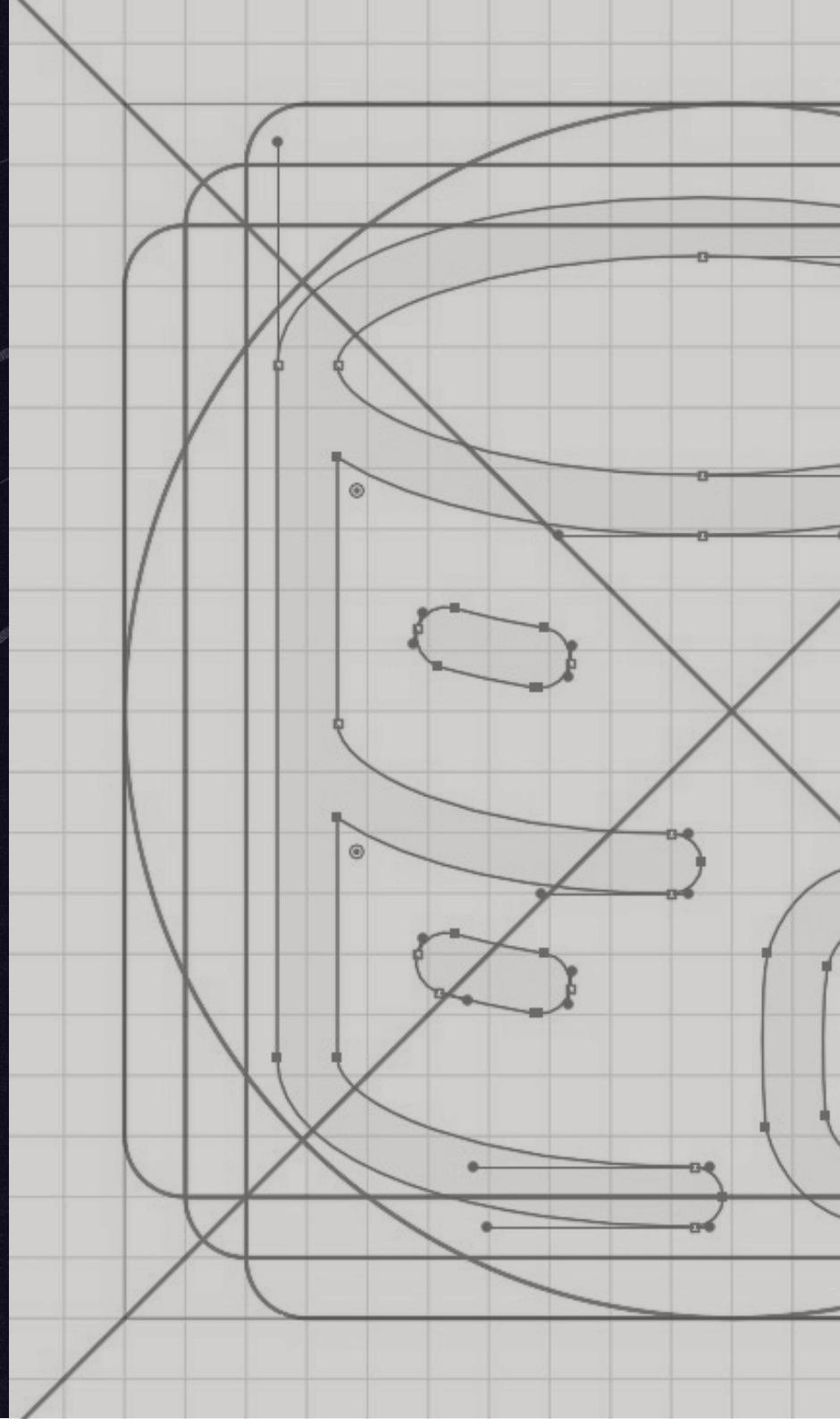
@ # \$ % & ' ? + - = / < > { } [] ' " *

Para adquirir a família tipográfica,
acesse o endereço eletrônico:

<https://www.dafont.com/retro-signature.font>

06

● Iconografia



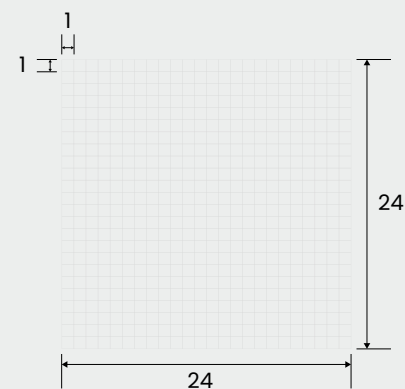
Construção e Grade de Ícones

A construção dos ícones da IMendes segue uma grade vetorial baseada em 24 px, adotando os princípios do **Material Design (Google)** como referência. Essa estrutura garante que cada elemento esteja evidentemente alinhado, mantendo uma consistência visual e proporcionalidade em todo o sistema gráfico.

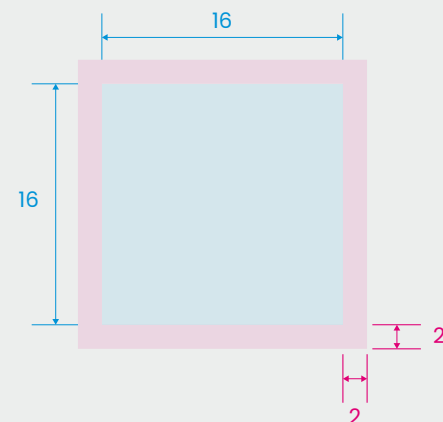
Para apoiar esse processo, utilizamos as chamadas formas-chave (keyline shapes) — como círculos, quadrados, retângulos e diagonais pré-definidas — que funcionam como guias na criação dos ícones. Essas formas básicas ajudam a manter o equilíbrio, a simetria e a coerência entre diferentes ícones, independentemente da complexidade.

O uso dessa malha estrutural permite que todos os ícones se “encaixem” harmonicamente, respeitando alinhamentos, centros e margens comuns, o que reforça a uniformidade visual e facilita a aplicação dos ícones em diferentes contextos e tamanhos.

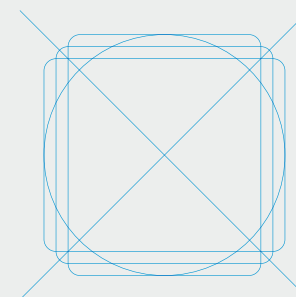
Grid



Safe area



Keyline Shapes



Princípios da iconografia

A iconografia da IMendes é fundamental para garantir uma comunicação clara e uma identidade visual coesa. Os ícones devem seguir um estilo flat inspirado no Material Design, com traços limpos, cantos arredondados e uso sutil de cor e profundidade. A marca também utiliza a variação Dual Tone, com preenchimentos de 20% de opacidade para adicionar leveza e sofisticação. Todos os ícones devem ser criados com a técnica Pixel Perfect, assegurando alinhamento preciso e ótima legibilidade em qualquer escala.

Coerência visual:

todos os ícones devem parecer fazer parte do mesmo sistema, com pesos, formas e ângulos harmonizados.

Simplicidade:

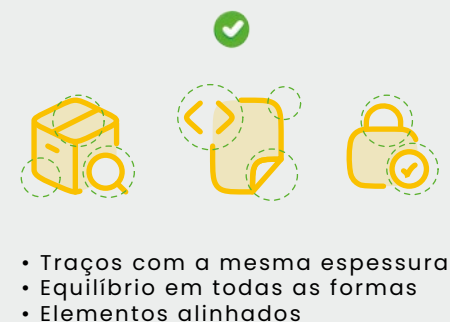
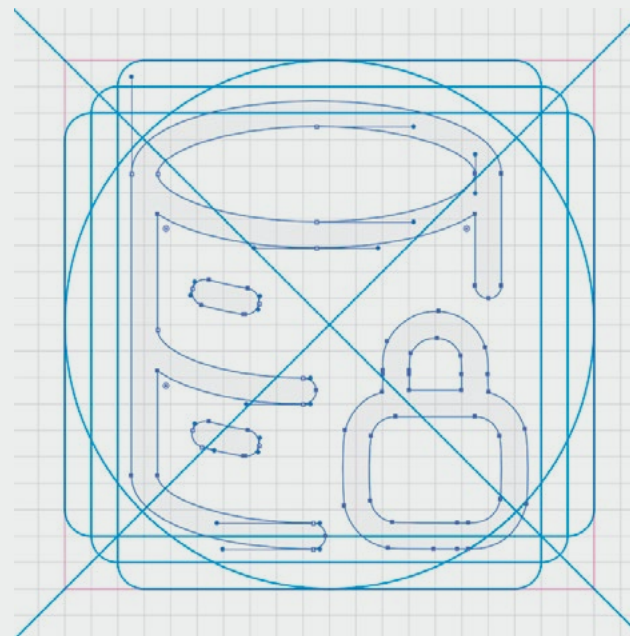
cada ícone deve transmitir sua função de forma clara e direta, sem excessos de detalhes.

Escalabilidade:

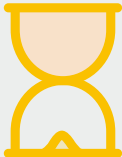
os ícones devem ser pensados para funcionar em diferentes tamanhos, mantendo sempre sua legibilidade.

Precisão técnica:

utilizar grade e estrutura vetorial baseada no conceito de Pixel Perfect para garantir acabamento profissional.

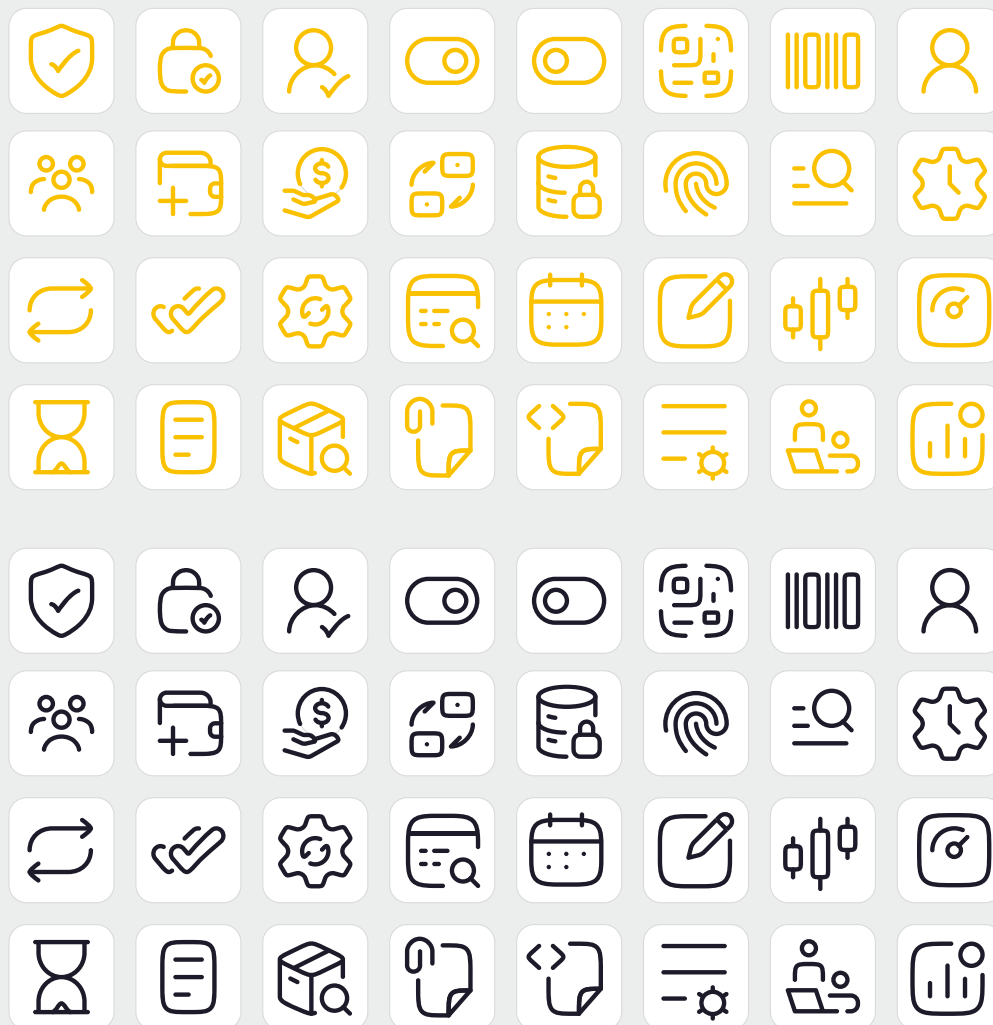


Exemplo de Aplicação:

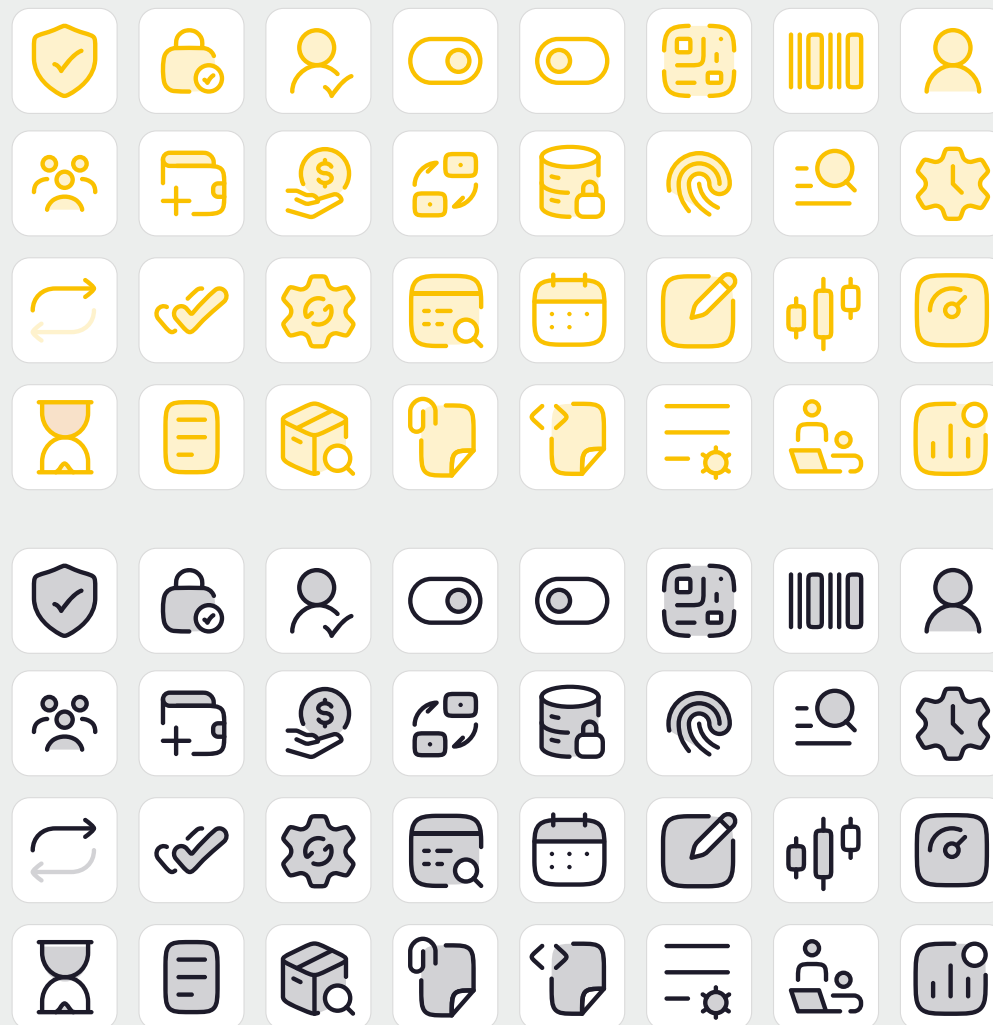
Estilo	Descrição	Visual
Flat	Ícone com traços lineares, contornos precisos e preenchimentos sólidos mínimos. Mantém aparência limpa e direta, ideal para aplicações funcionais e sistemas.	
Dual Tone	Variante estilística com preenchimento parcial de alguns elementos do ícone, utilizando a mesma cor base com opacidade de 20%. Proporciona destaque sutil e hierarquia visual em materiais promocionais e digitais.	
Dual Color	A iconografia dualcolor permite o uso de duas cores em ícones com maior nível de detalhe, respeitando sempre a paleta institucional da marca. Essa abordagem agrega riqueza visual e reforça a hierarquia das informações, porém deve ser aplicada com moderação para evitar ruído e manter a clareza da comunicação.	
Volumétrico	A iconografia volumétrica adiciona profundidade e destaque por meio de efeitos 3D, trazendo mais impacto visual à comunicação. Para garantir legibilidade e consistência, o uso desse recurso deve ser restrito a ícones com traços simples e pouca informação, evitando excesso de complexidade e preservando a clareza visual.	

Amostras

Stroke



Dualtone



Amostras

Dualcolor



Volumétrico



Construção dos ícones volumétricos

A iconografia volumétrica deve seguir regras específicas de aplicação, detalhadas no guideline da marca, garantindo consistência no uso do efeito 3D. A iluminação dos ícones pode ser ajustada conforme a necessidade de cada aplicação, porém, como padrão, deve permanecer na opção “standard”.

3D and Materiais Illustrator

 **Extrude**

Depth

5mm

Twist

0°

Taper

100%

 **Bevel Shape | Round**

Width

50%

Height

80%

Repeat

1

Rotation

X

8°

Y

20°

Z

0°

Perspective

35°



07

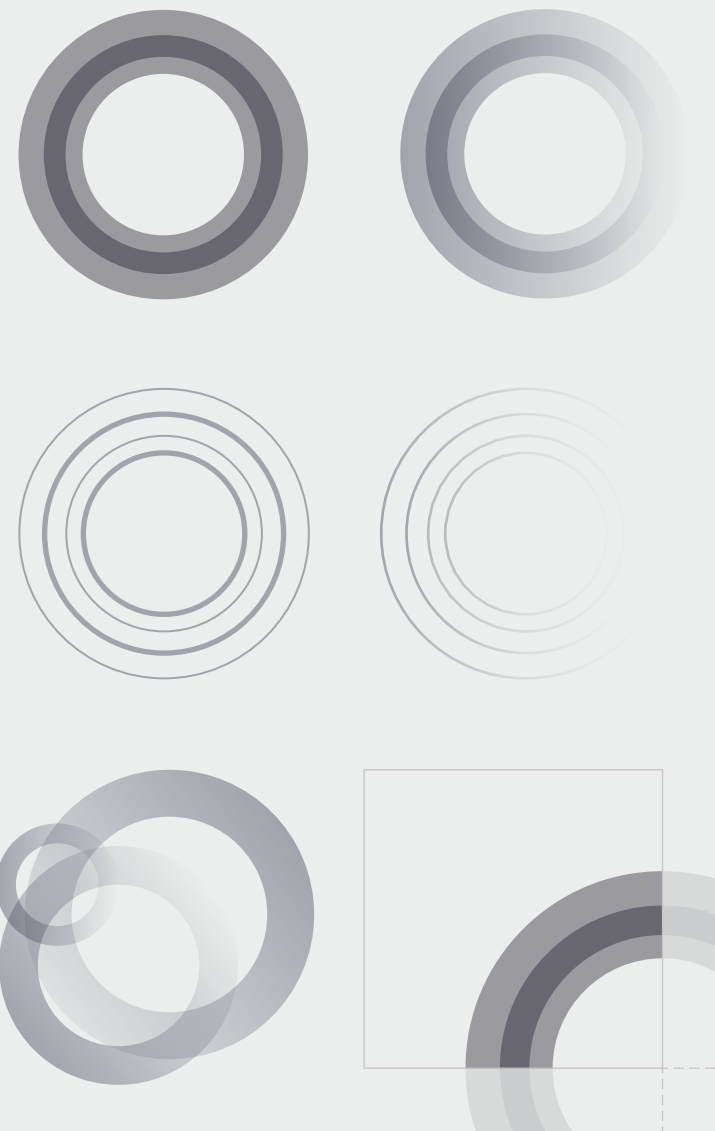
● Elementos
Gráficos

Grafismo

O grafismo é um elemento complementar da identidade visual da IMendes e reforça a personalidade da marca nos materiais de comunicação.

Desenvolvido a partir do símbolo da IMendes, ele pode ser utilizado para enriquecer composições visuais, trazendo dinamismo e unidade estética às peças. Sua aplicação deve seguir um posicionamento estratégico, preferencialmente em um dos cantos da página – inferior ou superior – respeitando sempre a área de proteção da marca e garantindo harmonia com os demais elementos do layout.

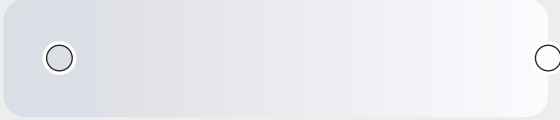
O uso do grafismo deve ser sutil e equilibrado, sem competir com as informações principais, e deve sempre respeitar os princípios de contraste, legibilidade e clareza visual definidos neste manual.



Gradiente

O gradiente com as cores institucionais da IMendes reforça a identidade visual da marca, transmitindo modernidade e tecnologia. Deve ser aplicado com transições suaves, respeitando a paleta oficial e garantindo contraste e legibilidade com os elementos sobrepostos. Seu uso é indicado como plano de fundo em materiais digitais ou impressos, sempre com equilíbrio e sem competir com o conteúdo principal.

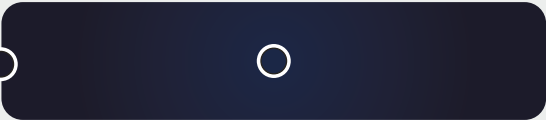
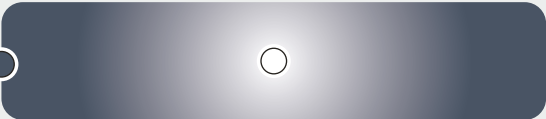
Linear

 Opacidade 100% Localização 10% Opacidade 100% Localização 100%	 Opacidade 100% Localização 10% Opacidade 100% Localização 100%	 Opacidade 100% Localização 10% Opacidade 100% Localização 100%
 Opacidade 100% Localização 10% Opacidade 100% Localização 100%	 Opacidade 100% Localização 10% Opacidade 100% Localização 100%	 Opacidade 100% Localização 10% Opacidade 100% Localização 100%
 Opacidade 100% Localização 10% Opacidade 100% Localização 100%	 Opacidade 100% Localização 10% Opacidade 100% Localização 100%	 Opacidade 100% Localização 10% Opacidade 100% Localização 100%

Gradiente

O gradiente com as cores institucionais da IMendes reforça a identidade visual da marca, transmitindo modernidade e tecnologia. Deve ser aplicado com transições suaves, respeitando a paleta oficial e garantindo contraste e legibilidade com os elementos sobrepostos. Seu uso é indicado como plano de fundo em materiais digitais ou impressos, sempre com equilíbrio e sem competir com o conteúdo principal.

Radial

 Opacidade 100% Localização 100%	 Opacidade 100% Localização 100%	 Opacidade 100% Localização 100%
 Opacidade 100% Localização 100%	 Opacidade 100% Localização 100%	 Opacidade 100% Localização 100%
 Opacidade 100% Localização 100%	 Opacidade 100% Localização 100%	 Opacidade 100% Localização 100%

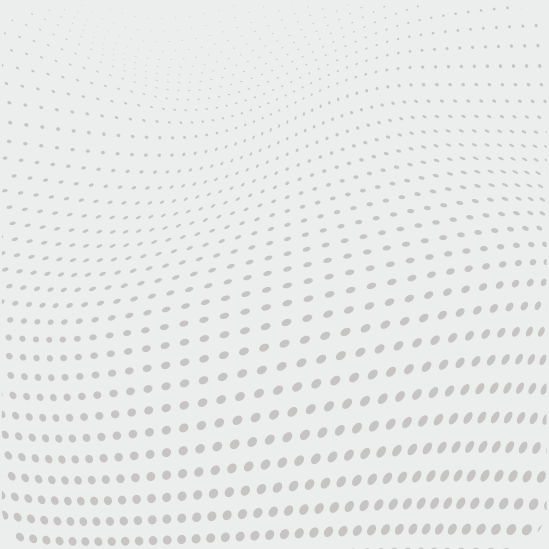
Texturas

O uso sutil de texturas e ruídos pode complementar o fundo dos materiais da IMendes, agregando profundidade e sofisticação visual. Esses elementos devem ser aplicados com leveza, sem comprometer a legibilidade ou competir com a identidade da marca. Sempre respeite a harmonia com os demais elementos gráficos e utilize tonalidades dentro da paleta institucional para manter a consistência visual.

Symmetrical point



Asymmetric point



Noise



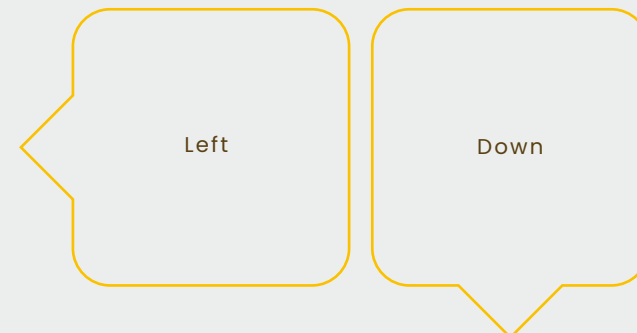
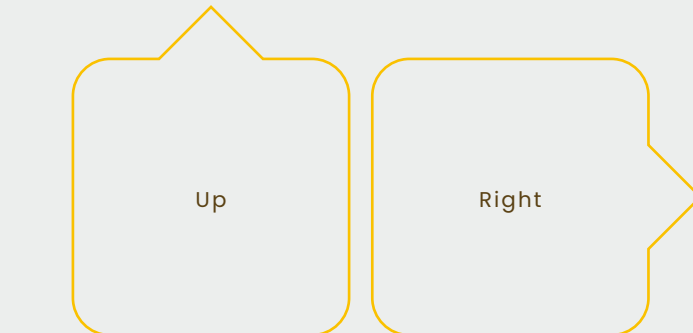
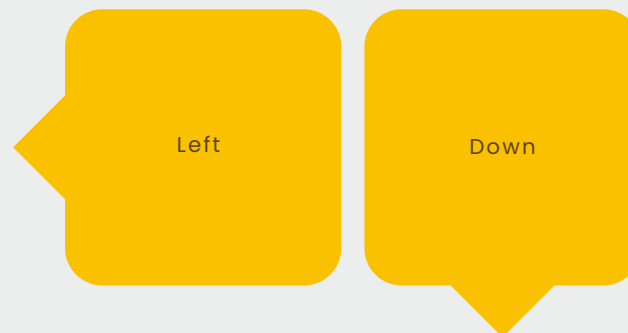
Elementos

Os elementos visuais utilizados como base para os marketing points, como ícones e caixas de diálogo, fazem parte do sistema gráfico da IMendes e ajudam a destacar informações importantes nos materiais de comunicação. O uso consistente desses elementos garante clareza nas mensagens e reforça a identidade da marca em cada ponto de contato.

Marketing points



Dialogs

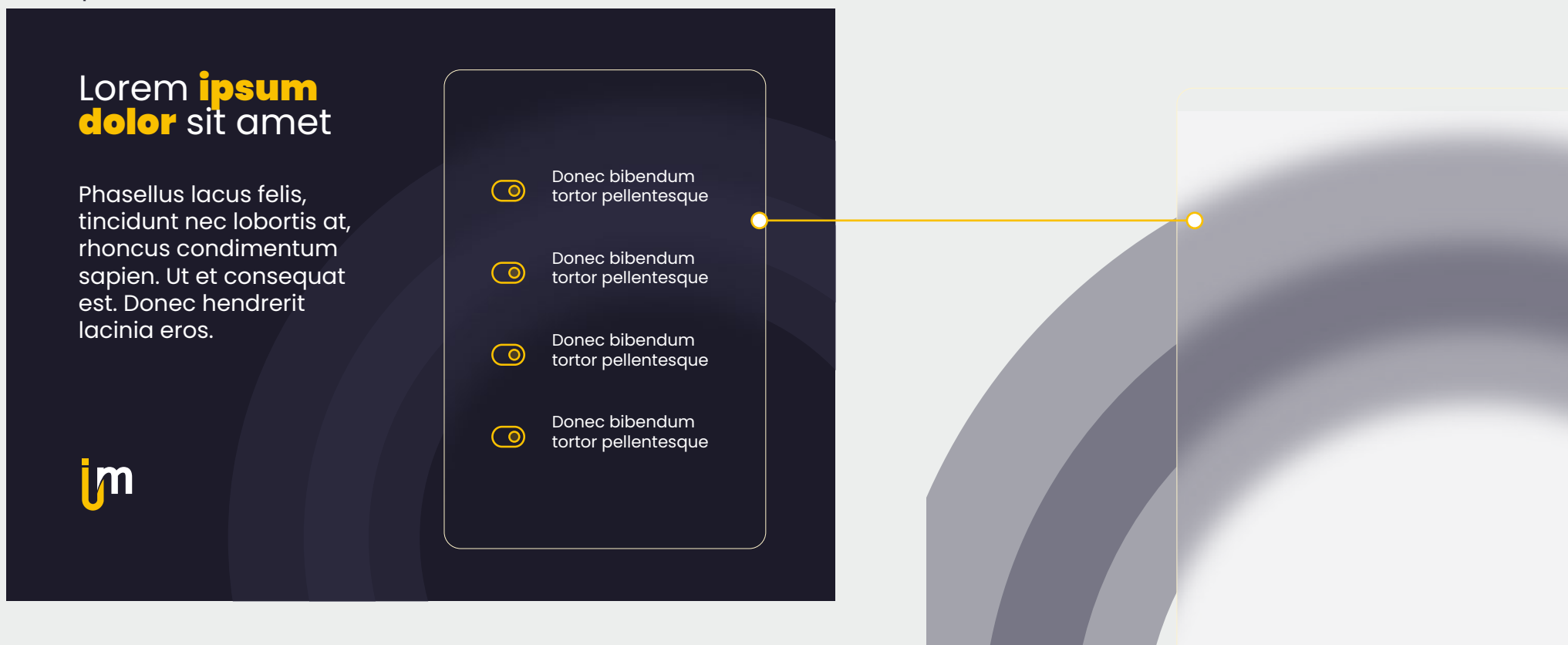


Elementos

O estilo Glassmorphism é uma abordagem visual contemporânea que simula a aparência do vidro fosco, trazendo profundidade, leveza e sofisticação para a interface. Caracteriza-se pelo uso de transparência, desfoque de fundo (blur) e camadas sobrepostas, criando a sensação de elementos flutuantes.

Nos cards box da IMendes, o Glassmorphism atua como um recurso de destaque para informações estratégicas, organizando conteúdos de forma elegante e intuitiva. Além de reforçar a hierarquia visual, o efeito contribui para uma estética moderna e tecnológica, alinhada ao posicionamento da marca.

Exemplo



08 ● Estilo Fotográfico



Toda imagem da IMendes diz a mesma coisa que a mensagem, por outro caminho. Para isso, trabalhamos com **três linhas criativas**. A linha é escolhida **antes** de criar ou contratar a imagem — ela define a cena, a luz, a paleta e o acabamento. Os princípios das páginas anteriores valem para as três: ponto focal claro, fundo discreto, luz que cria profundidade e estética autoral.



A. Metáfora visual

LINHA PADRÃO

Uma cena-símbolo que carrega a ideia. Navy dominante, amarelo como acento de luz. Para conceitos, legislação, mudança e mídias de leitura rápida.



B. Humanizada

COMPLEMENTAR

Pessoas reais do público vivendo o assunto no ambiente onde ele acontece. Cores verdadeiras da cena, equilibradas com azuis e detalhes amarelos.



C. Comercial

COMPLEMENTAR

Cara de campanha: imagem produzida e aspiracional que vende o benefício. Luz de estúdio, acabamento publicitário, azuis e detalhes amarelos.



LINHA A · PADRÃO DA MARCA

Metáfora visual

A imagem mostra a ideia como uma cena concreta — um objeto, um lugar ou um gesto que carrega o conceito. Ela não ilustra a palavra-chave: "transição" vira uma ponte em construção, não um calendário.

COMO ACHAR A CENA

Pergunte: que objeto ou cena mostra essa ideia acontecendo? Teste: sem o texto da peça, a imagem ainda sugere o assunto?

QUANDO USAR

- Conceitos abstratos: lei, Reforma Tributária, processo, prazo
- Outdoor, mídia exterior e revista
- Produto, IA e integração (estilo tecnológico)

LUZ E ACABAMENTO

Fotografia cinematográfica, luz natural morna com sombras navy frias, profundidade de campo rasa. Também admite render 3D ou abstrato.

PALETA NA IMAGEM



EXEMPLOS DE METÁFORAS APROVADAS

Moedas desviadas por um trilho antes do cofre (split payment) · ponte em construção (transição) · prateleira com etiquetas acendendo (cadastro fiscal) · chip com trilhas de luz (hub fiscal) · rede de pontos dourados (inteligência).

Exemplo aprovado · Reforma Tributária · story 9:16



Exemplo aprovado · Reforma Tributária · story 9:16

LINHA B · COMPLEMENTAR

Humanizada

Pessoas reais do nosso público vivendo a situação do tema, no ambiente onde ela acontece de verdade. A emoção da mensagem — alívio, controle, confiança — aparece no gesto e na expressão, não num símbolo.

COMO ACHAR A CENA

Pergunte: quem sente esse problema ou esse resultado no dia a dia, onde está e o que está fazendo no momento em que a mensagem vira verdade?

QUANDO USAR

- Benefício na rotina, alívio, controle
- Depoimento, caso de cliente, evento, treinamento
- Conteúdo educativo e stories

LUZ E ACABAMENTO

Fotografia documental/editorial: luz natural de janela ou fim de tarde, momento espontâneo, expressões genuínas, fundo desfocado. Sem color grading pesado.

PALETA NA IMAGEM



NO EXEMPLO

Azul no figurino e nas sombras; o amarelo aparece só na caneca e na pasta. A cor não precisa ser predominante — basta estar equilibrada com a paleta da marca.



Exemplo aprovado · Reforma Tributária · story 9:16

LINHA C · COMPLEMENTAR

Comercial / publicitária

Cara de campanha. Imagem produzida, polida e aspiracional, que vende o benefício — ou o resultado de usar a solução — com confiança. Pode ser um hero shot de pessoa ou um still de objeto em estúdio.

COMO ACHAR A CENA

Pergunte: qual é a promessa da mensagem e qual é a imagem mais bonita e direta dessa promessa?

QUANDO USAR

- Campanhas e lançamentos
- Anúncio pago, landing page, key visual de produto
- Capa institucional de apresentação

LUZ E ACABAMENTO

Fotografia publicitária: luz principal suave com luz de recorte, foco nítido, set e figurino produzidos, acabamento retocado. Olhar para a câmera é permitido, com naturalidade.

PALETA NA IMAGEM



ATENÇÃO

Publicitária não é banco de imagem: nada de sorriso forçado, pose genérica ou pessoa apontando para tela vazia. A cena é dirigida e conta o benefício.

Escolha a linha pelo objetivo da peça e mantenha a mesma linha em toda a campanha — as variações de formato repetem a mesma cena.

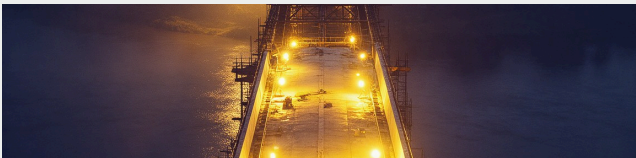
	A. METÁFORA VISUAL	B. HUMANIZADA	C. COMERCIAL
Mostra	Cena-símbolo que carrega a ideia	Pessoas do público vivendo o assunto	Hero shot ou still que vende o benefício
Emoção	Clareza, inteligência	Identificação, empatia, confiança	Aspiração, segurança
Luz	Natural morna, sombras navy, cinematográfica	Natural, de janela ou fim de tarde	Estúdio: principal suave + recorte
Cor na imagem	Navy dominante; amarelo como acento de luz	Equilibrada: azuis + alguns detalhes amarelos	Equilibrada: azuis + alguns detalhes amarelos
Pessoas	Opcionais	Sempre, em ação	Hero de pessoa ou sem pessoas
Olhar p/ câmera	Não	Não	Permitido, com naturalidade
Melhor para	Conceitos, legislação, outdoor, revista, produto/IA	Benefício na rotina, depoimento, evento, conteúdo educativo	Campanha, lançamento, anúncio, landing page, capa

A REGRA 60/30/10 E A FOTOGRAFIA

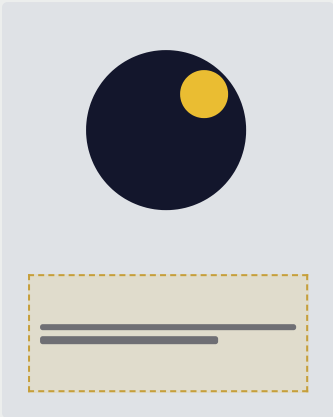
A proporção 60/30/10 continua valendo para o layout — fundos, blocos e tipografia. Dentro da foto, a cor segue a linha criativa: dominante na Metáfora, apenas equilibrada na Humanizada e na Comercial.

CORES DE ESTADO NA IMAGEM

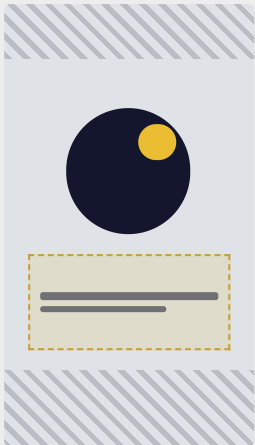
Luz âmbar/laranja só para sinalizar risco, erro ou multa, em um ponto pequeno da cena. Nunca verde ou vermelho como cor geral. Nunca preto e branco.



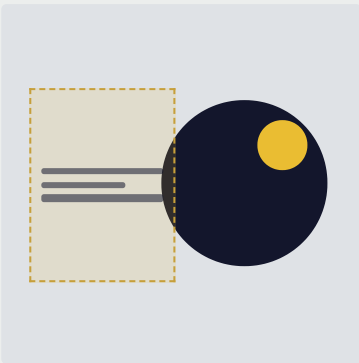
Toda imagem é feita para receber tipografia. Decida onde o texto vai ficar **antes** da imagem e reserve essa área simples — escura na Metáfora visual, limpa e calma na Humanizada e na Comercial.



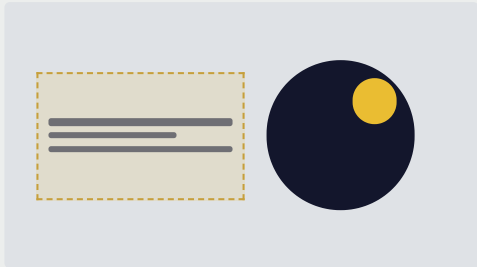
Feed 4:5
Assunto em cima · texto na base



Story 9:16
Topo 12% e base 17% livres



Quadrado 1:1
Assunto num terço



Capa de apresentação 16:9
Assunto no terço direito · título à esquerda



Outdoor 3:1
Um objeto, um gesto · texto ≤ 7 palavras

PEÇA	GERAR EM	TAMANHO FINAL	ÁREA DO TEXTO
Feed / carrossel	4:5	1080×1350	Base; assunto na metade de cima
Story / capa de reels	9:16	1080×1920	Faixa central; topo e base livres para a interface
Capa e slides de apresentação	16:9	1920×1080	Esquerda, 40–55% da largura; fundos de slide com baixo contraste
Hero de site · e-mail · banner	21:9	1920×820 · 1200×400	Um lado; versão 4:5 para mobile
Revista · cartaz · mupi	3:4 · 2:3	300 dpi	Topo ou base; 5% de margem de segurança; nada na dobra
Outdoor · painel · busdoor	21:9 → 3:1	mín. 6000×2000 px	Um terço; expandir a imagem pelo lado do texto

TRATAMENTO NO LAYOUT

Natural	Padrão. Obrigatório nas linhas Humanizada e Comercial.
Duotone navy + luz amarela	Fotos conceituais da Metáfora ou imagens de terceiros que precisam entrar na marca.
Navy monocromático	Foto que só ambienta um bloco de texto.
Degradê navy	Para contraste do texto. Na Humanizada e na Comercial, só do lado do texto — nunca sobre a foto inteira.

PESSOAS

- Brasileiras e diversas — gênero, idade e etnia — em ação, em ambientes reais do setor.
- Roupas corporativas casuais, com um toque de amarelo no figurino ou na luz.
- Sem close extremo de rosto e sem gestos clichês.
- Telas sempre desfocadas ou de costas.

IMAGENS GERADAS POR IA

Prompts em inglês, na ordem: cena e ação → cenário → composição → luz e paleta da linha → linguagem visual → "no text, no letters, no numbers, no logos, no watermark". Receitas completas no Design System v04, §14.8.

O QUE EVITAR

EVITAR	NO LUGAR
Aperto de mãos, lâmpada acesa, alvo com flecha, sorriso forçado	Cena real do público ou metáfora do tema
Calculadora, cifrão, gráfico genérico subindo	Mostrar a ideia, não a palavra
Martelo de juiz, bandeira, Congresso	Transição, construção, caminho
Robô, cérebro digital	Rede de pontos e luz dourada
Texto, números ou logos dentro da foto	Tipografia e marca entram no layout
Multas, alíquotas e prazos na imagem	No texto da peça, com fonte confirmada
Telas ou produtos IMendes inventados	Print real do produto no layout
Preto e branco; verde ou vermelho como cor geral	Paleta da linha criativa

Manual

DE IDENTIDADE VISUAL



grupoimendes.com.br