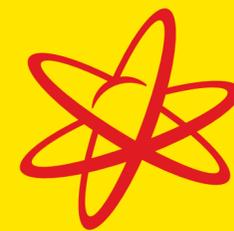


guia de uso da marca



***Jupiter***<sup>®</sup>  
BATERIAS

Este guia tem o objetivo de normatizar as regras de uso e orientar as aplicações da marca Júpiter Baterias.

O uso da marca deve seguir as regras e condições aqui estabelecidas.

**Em situações que não estejam previstas neste manual, consulte o setor responsável pelo Marketing.**

Versão Mar/2025.

# ÍNDICE

## 1. A NOSSA MARCA

- 04. versão positiva
- 05. versão negativa
- 06. versão monocromática
- 07. construção e proporções
- 08. área de proteção
- 09. limite de redução

## 2. CORES DA MARCA

- 11. código de cores
- 12. aplicação sobre cores

## 3. TIPOGRAFIA

- 14. institucional e publicitária
- 16. interno e e-mails

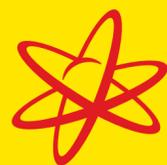
## 4. USOS INCORRETOS

- 18. usos incorretos

# 1. A NOSSA MARCA

# VERSÃO POSITIVA

Esta é a versão positiva da nossa marca. Use-a sobre fundos brancos ou claros.  
A nossa marca é composta por: Símbolo, tipologia e dica de marca.



## Símbolo

Átomo que representa a energia dos produtos Júpiter



## Tipologia

Conjunto de letras desenvolvido exclusivamente para Júpiter, afim de manter a personalidade da marca

BATERIAS

## Dica de marca

Expressa a área de atuação da marca

## VERSÃO NEGATIVA

Esta é a versão negativa da marca Júpiter. Use-a sobre fundos escuros ou quando não houver um bom contraste da marca na sua versão positiva com a cor de fundo.



# VERSÃO MONOCROMÁTICA

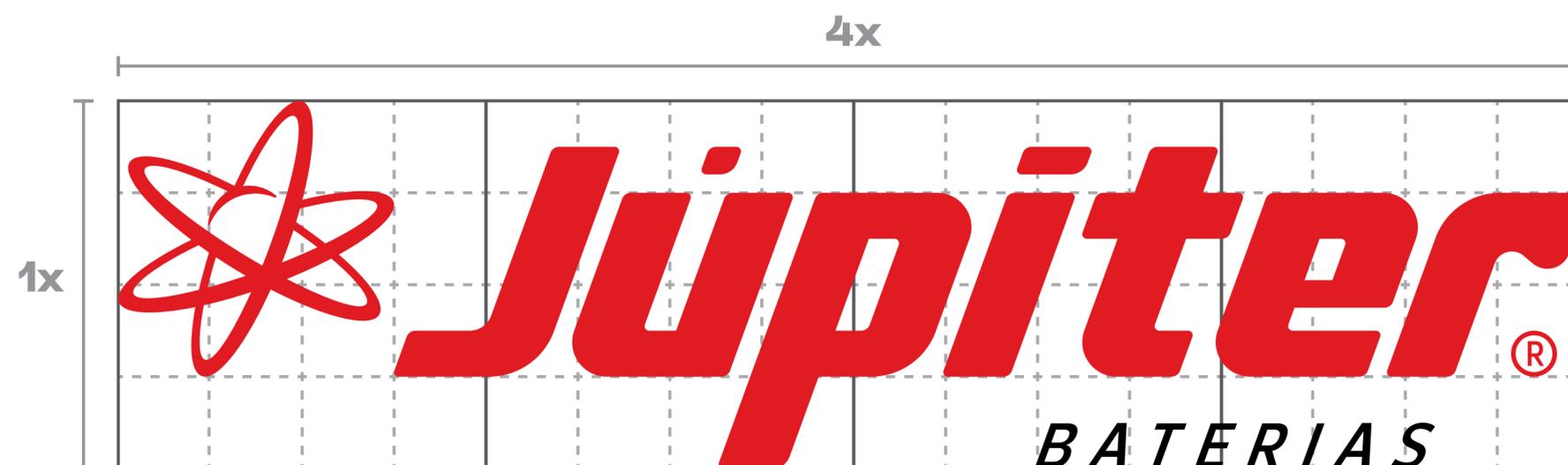
As versões monocromáticas da nossa marca deve ser usada apenas quando houver restrições de cores na reprodução.



# CONSTRUÇÃO & PROPORÇÕES

Definição das áreas da marca sobre uma superfície modular definida a partir do valor de  $x$ , que equivale a uma unidade modular.

Assim podemos assegurar as proporções corretas da marca a partir de qualquer superfície ou medida.

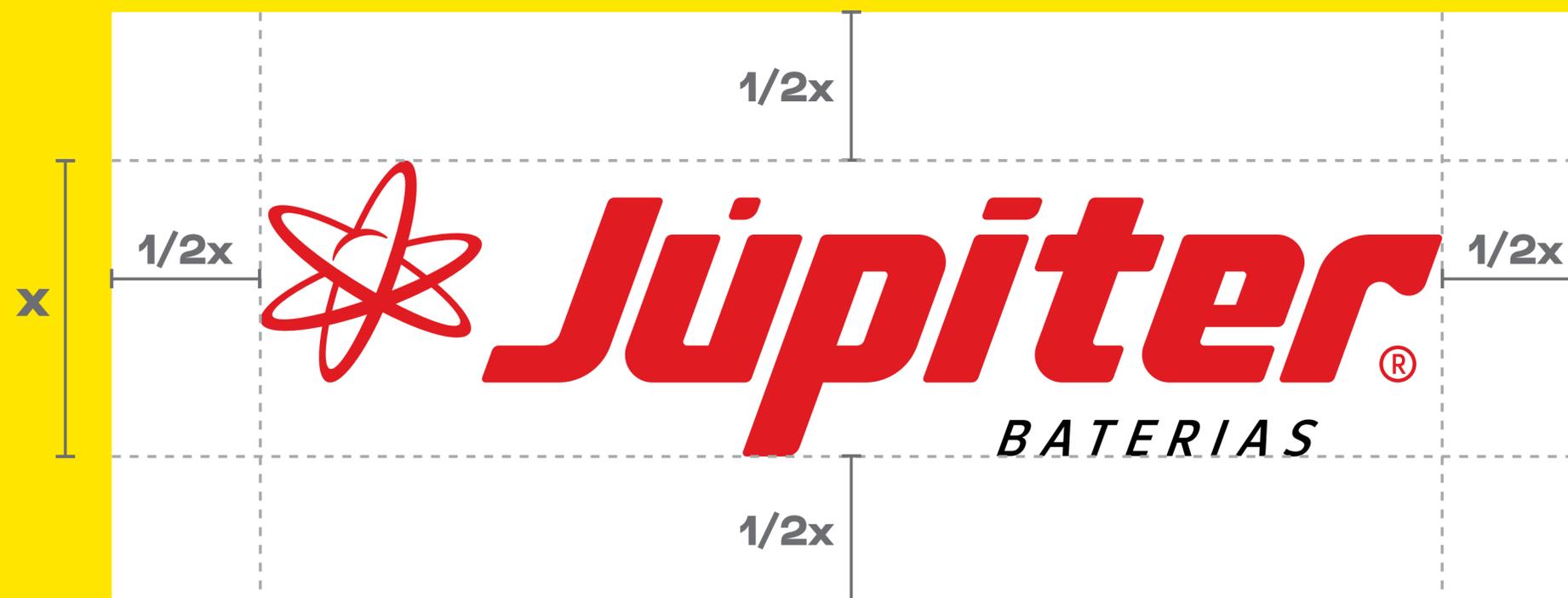


**Para evitar qualquer problema de distorção das proporções da marca Júpiter, utilize os arquivos com todas as versões da marca disponibilizados pelo setor de marketing.**

# ÁREA DE PROTEÇÃO

A área de proteção é uma área determinada ao redor da marca na qual é proibida a inserção de qualquer elemento, texto ou figura.

Esta área é determinada ao acrescentar a metade da altura da marca aos lados, acima e abaixo, conforme o exemplo abaixo.



# LIMITE DE REDUÇÃO

Estes são os limites de redução do nosso logotipo, preservando sua legibilidade, tanto nos meios impressos quanto nos digitais.

 **impressos**

18 mm



 **Jupiter**  
BATERIAS

 **digital**

56 px



 **Jupiter**  
BATERIAS

# 1. CORES DA MARCA

# CÓDIGOS DE CORES

Cores do logotipo

 CMYK 0/100/100/5  
Pantone 485 C  
 RGB 224/27/34  
Hex #E01B22

 CMYK 0/0/0/100  
Pantone Black  
 RGB 0/0/0  
Hex #FFFFFF

Cor auxiliar

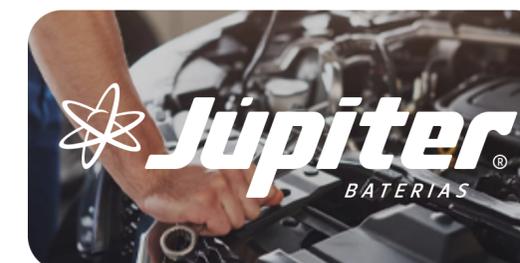
 CMYK 0/5/100/0  
Pantone 803 C  
 RGB 255/230/0  
Hex #FFE600

# CONSTRUÇÃO & PROPORÇÕES

Sempre que possível, use as cores da marca, indicadas na página 11 deste manual, como cor de fundo. Em outros casos, aplique a marca na versão positiva sobre tons claros e a versão negativa sobre tons escuros.

Quando houver dúvidas sobre a tonalidade do plano de fundo, use a versão que privilegie o contraste da marca com o fundo.

**Em casos excepcionais, o departamento de marketing deverá ser consultado.**



# 3. TIPOGRAFIA

# INSTITUCIONAL & PUBLICITÁRIA

Uma das famílias tipográficas escolhidas para representar a nossa marca em materiais externos, como papelaria e publicidade, é a **Monoglyphic**. Use os seus diferentes pesos para destacar ou diferenciar seções de texto.

## Monoglyphic

Ab Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ç ~ ! @ # \$ % & \* ( ) { } [ ] / , . ; : ? " ' & #

Monoglyphic Sans Extralight

Monoglyphic Light

Monoglyphic Regular

**Monoglyphic Bold**

**Monoglyphic Extrabold**

**Monoglyphic Black**

# INSTITUCIONAL & PUBLICITÁRIA

A outra família escolhida para materiais institucionais e publicidades é a **SERVO**, mas o uso desta tipografia é reservado apenas à textos curtos como títulos e tópicos.

Por ser uma tipografia larga e pesada, **evite usá-la em parágrafos de texto.**

## SERVO

Ab Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp

Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ç ~ ! @ # \$ % & \* ( ) { } [ ] / , . ; : ? “

SERVO Thin

SERVO Regular

SERVO Bold

SERVO Black

# INTERNO & E-MAILS

Para documentos internos e corpo de texto de e-mails, use a família tipográfica **Arial**, presente em todos os computadores, evitando qualquer problema de formatação do texto.

## Arial

Ab Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ç ~ ! @ # \$ % & \* ( ) { } [ ] / , . ; : ? “

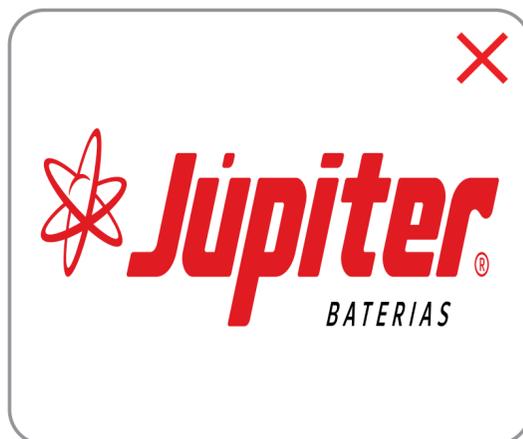
Arial Regular

**Arial Bold**

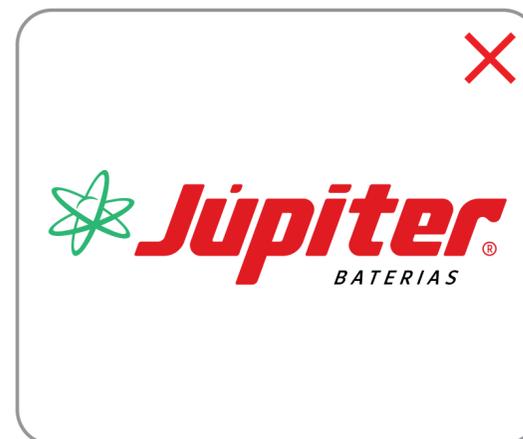
**Arial Black**

## **4. USOS INCORRETOS**

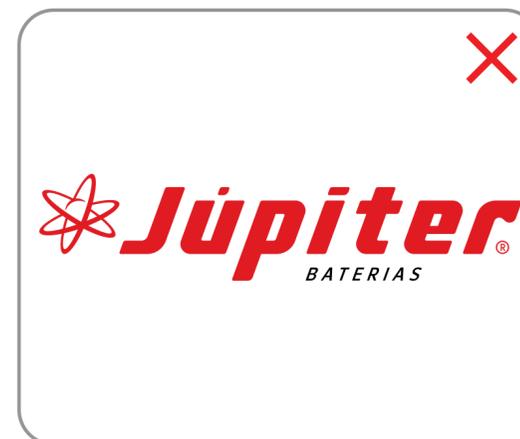
# INTERNO & E-MAILS



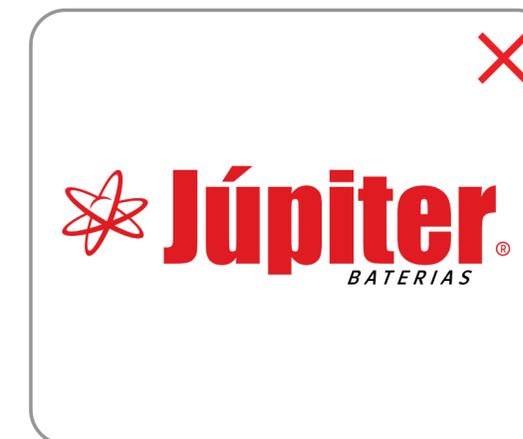
não esticar a marca de nenhuma forma



não alterar as cores da marca



não alterar o espaçamento entre os caracteres



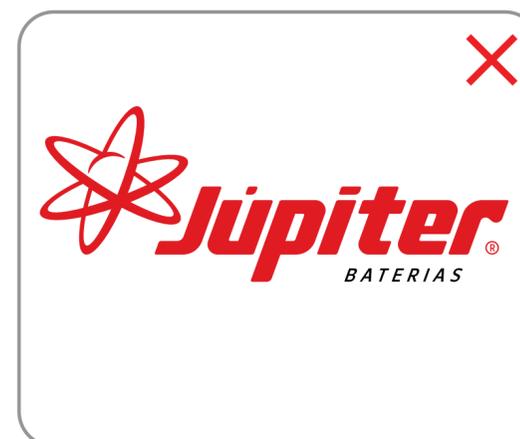
não alterar a tipografia da marca



não acrescentar elementos comemorativos à marca



não acrescentar sombras à marca



não aumentar ou diminuir qualquer elemento da marca



não usar efeitos de distorção na marca

Desenvolvido por:



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