



# Sobre este manual.

O Manual de Identidade Visual tem o propósito de **normatizar a marca Corsan**, indicando sua correta utilização e aplicação nos mais diversos materiais de comunicação, constituindo força e reconhecimento. As instruções descritas neste manual não possuem um caráter limitador. Pelo contrário, a intenção é ser um facilitador nas aplicações e economizar tempo na elaboração de peças que demandem maior execução criativa.

---

Cumprir estas recomendações é o primeiro passo para uma estratégia de marca unificada, zelando pelo alinhamento conceitual na implementação e no desenvolvimento de novos layouts. O cumprimento destas orientações é de grande relevância, visto que a marca é um patrimônio e representa valores pelos quais consumidores, fornecedores, funcionários e a sociedade reconhecem a empresa.

---

Trabalho de Redesenho de Identidade Visual entregue por BriviaDez.

01

---

Evolução

---

da Marca

---

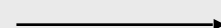
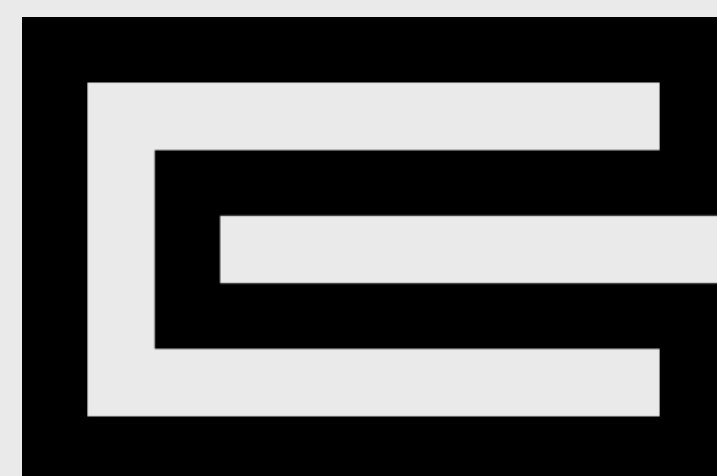
Assinatura Visual | **Evolução da marca Corsan**



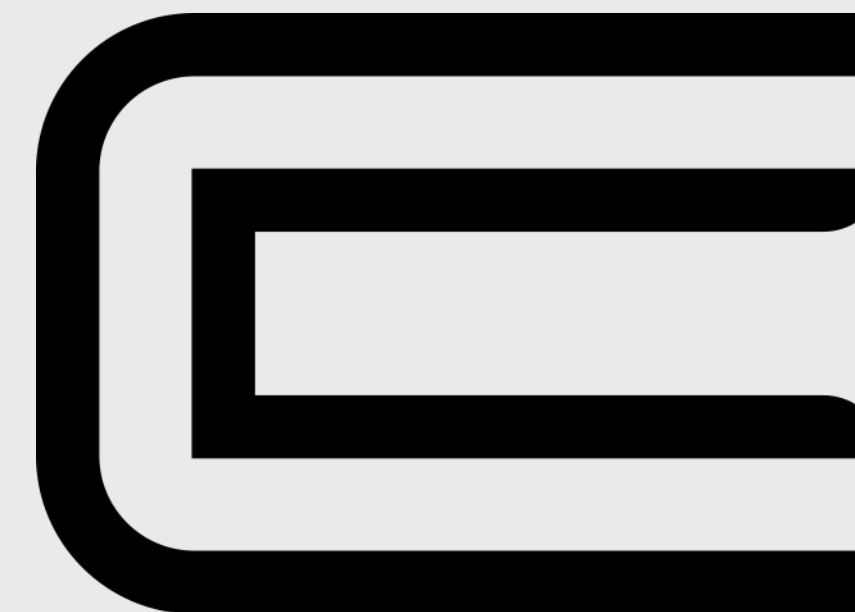
---

Partindo como base de **uma marca renomada do patrimônio Gaúcho**, com mais de 50 anos de história e projetada por José Carlos Bornancini (1923-2008), a nova marca da Corsan herda os principais traços desse símbolo de orgulho do Rio Grande do Sul. A marca é uma releitura que resgata as proporções do passado, e as apresenta de forma mais leve, com ângulos abertos e arredondados que trazem respiro e fluidez de formas orgânicas e sinuosas encontradas na natureza.

---



Olhar para **natureza** com **elementos orgânicos** e mais suaves





---

O Novo símbolo representa a principal letra da Companhia, imagem que se faz presente na memória das pessoas, a letra C. Agora é preciso falar de soluções ambientais, por isso, a marca está aberta ao novo, conectando extremos, mais leve e mais contemporânea, sem perder a sua força e a sua história.

---

**CORSAN**

CORSAN  
CORSAN  
CORSAN

02

---

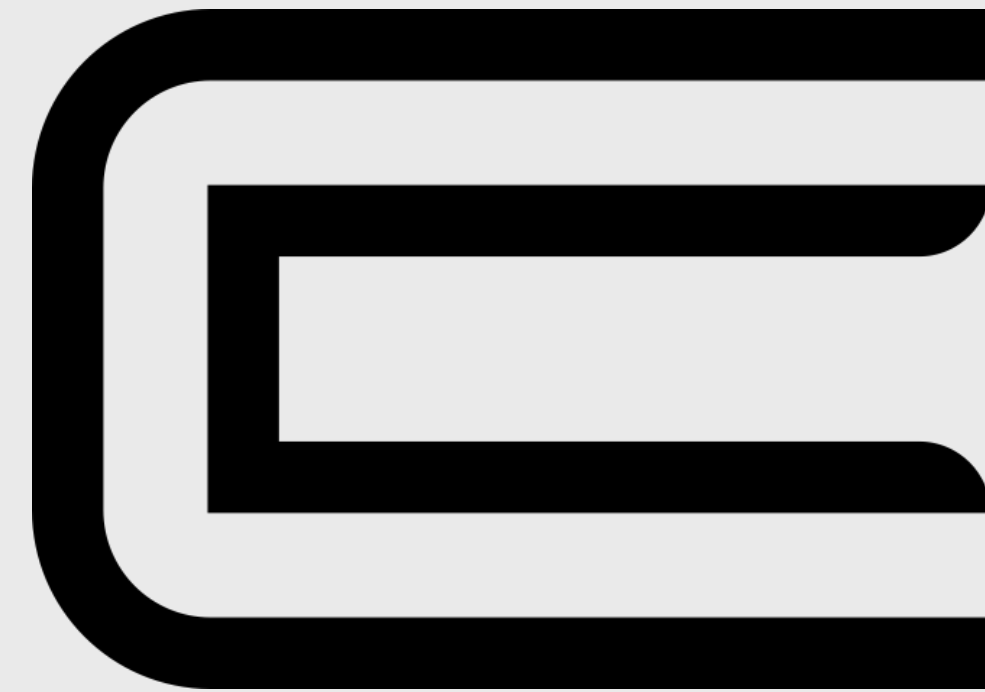
**Assinatura**

---

Visual

---

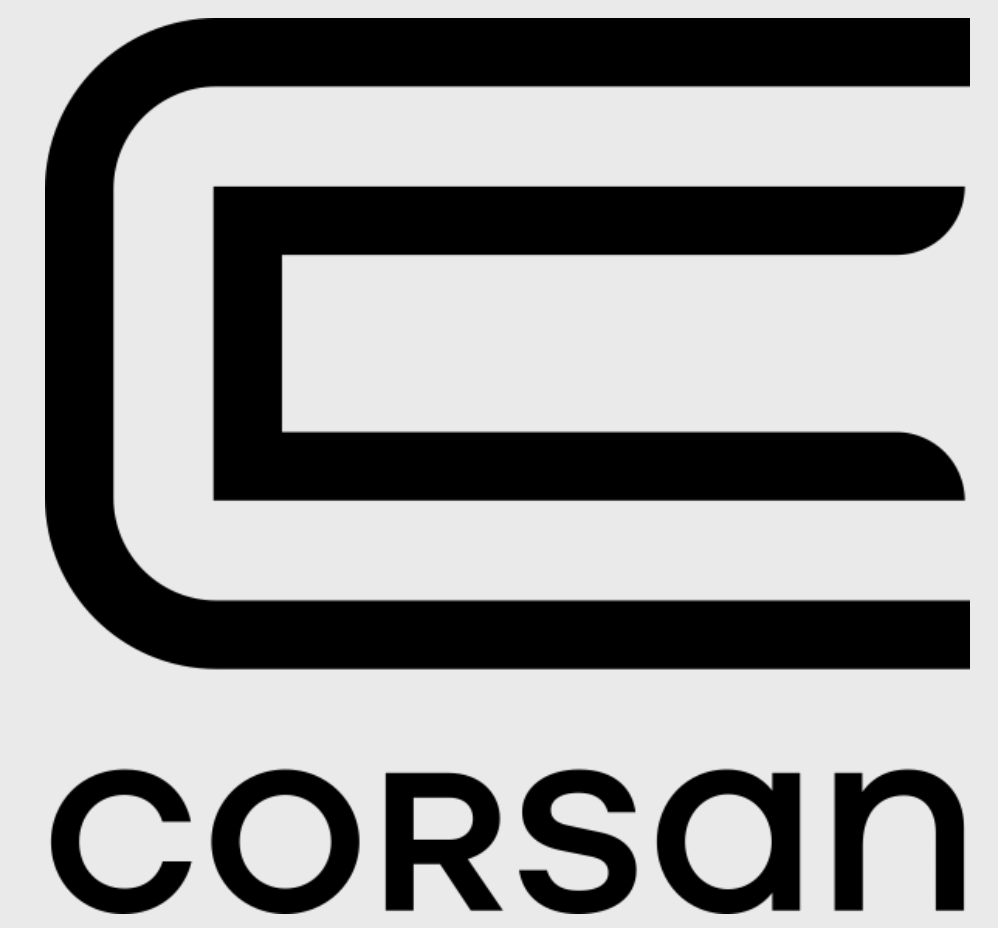




---

A assinatura visual iconográfica da Corsan pode ser usada como um elemento de composição ilustrativa, como em capas de cadernos e relatórios. Além disso, é ideal para pequenas escalas como ícone de aplicativo ou formatos digitais.

---



---

A assinatura visual vertical da Corsan deve ser utilizada preferencialmente em aplicações verticais, quadradas e peças com proporções onde a altura é maior ou igual à largura.

---

---

A assinatura visual principal da Corsan é o Logotipo mostrado abaixo. Este deve sempre ser utilizado com prioridade em relação aos demais, assinando materiais institucionais, campanhas e eventos físicos ou digitais.

---



03

---

Proporção e

---

Redução Máxima

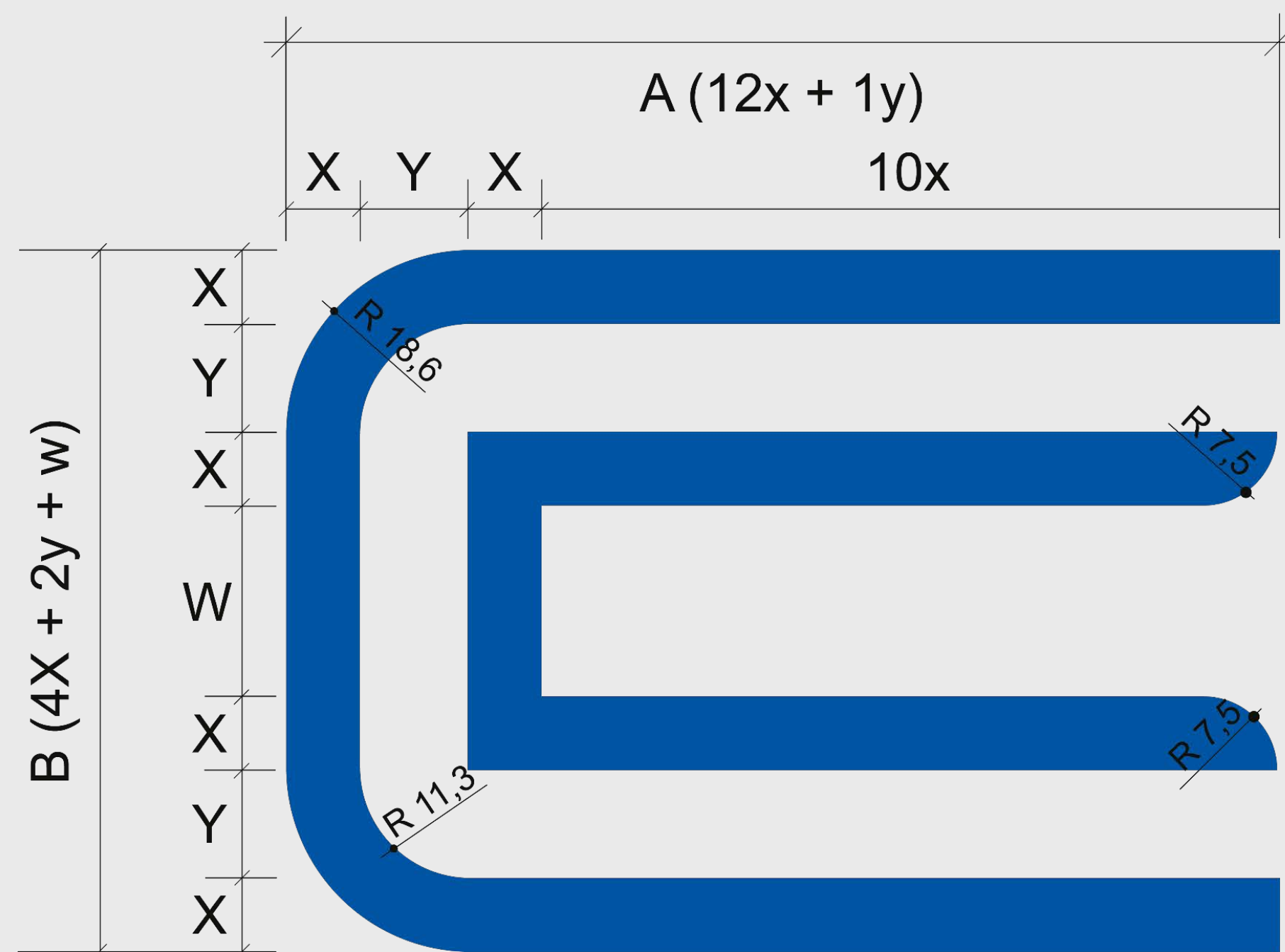
---

Assinatura Iconográfica | **Proporções da Marca**

---

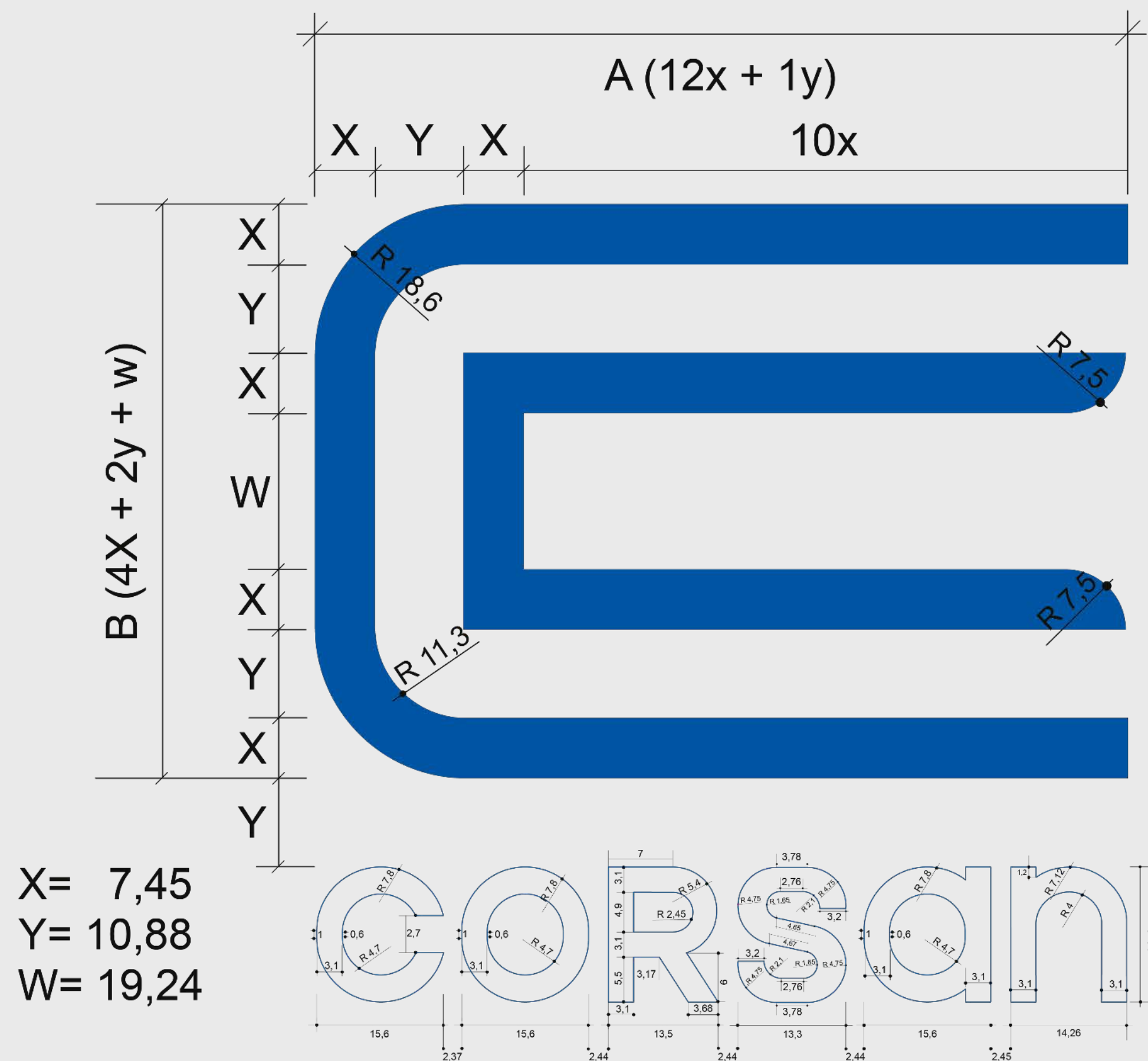
Para garantir a correta representação e proporções do logo, respeite as medidas abaixo.

---



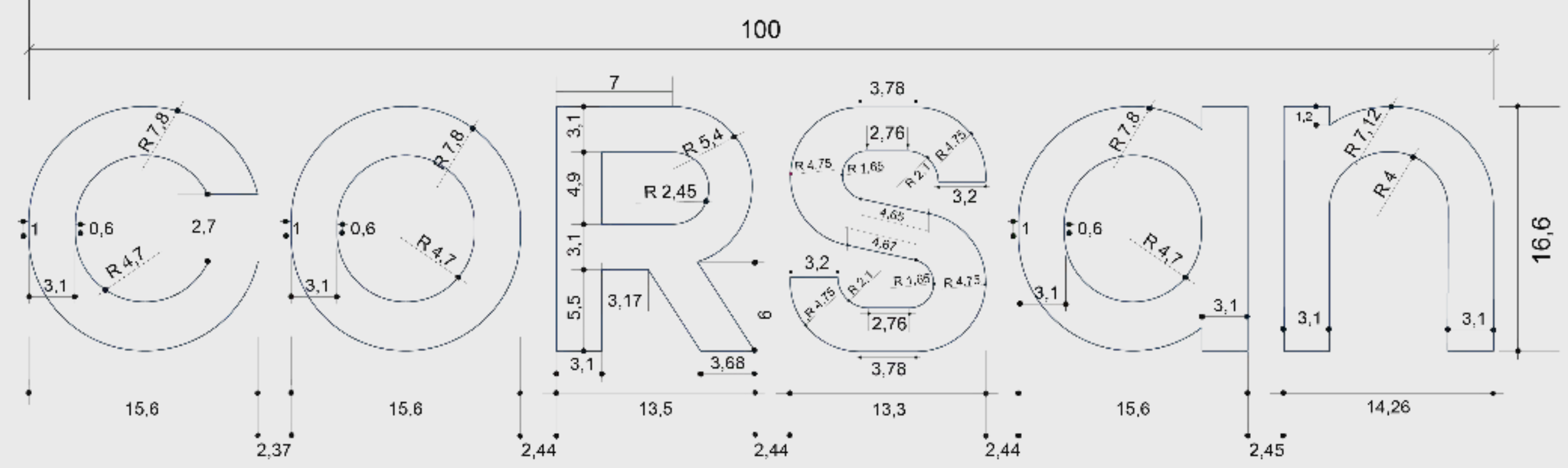
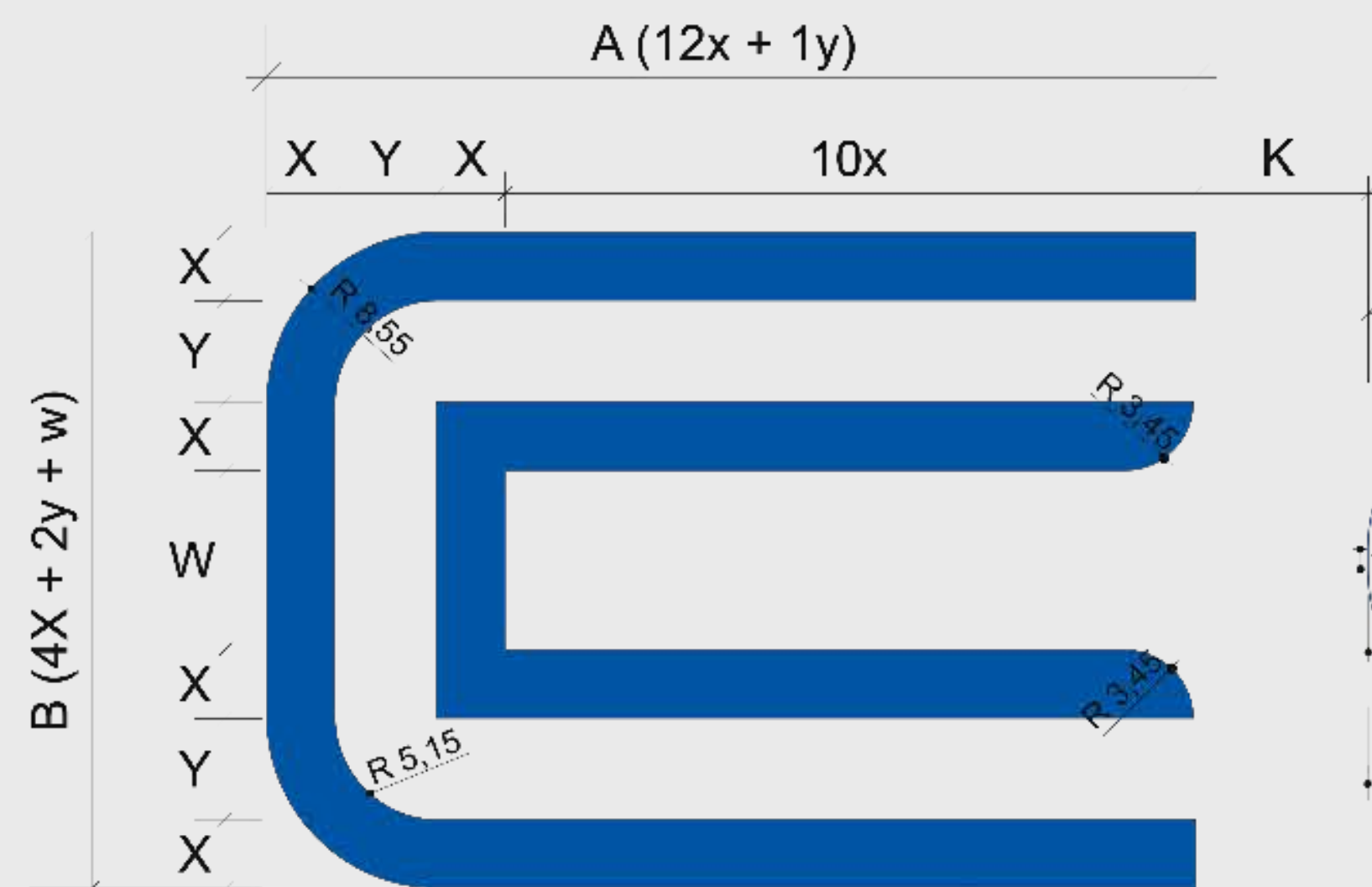
Assinatura Iconográfica | **Proporções da Marca**

Para garantir a correta representação e proporções do logo, respeite as medidas abaixo.



Para garantir a correta representação e proporções do logo, respeite as medidas abaixo.

X= 3,43  
 Y= 5,0  
 W= 8,9  
 K= 8,4



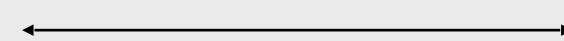
## Assinatura Visual | Redução máxima

---

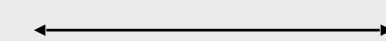
A redução máxima é o menor tamanho possível de reprodução da assinatura visual da Corsan. Procure sempre seguir estas diretrizes visto que a redução abaixo deste limite pode comprometer a legibilidade, leiturabilidade e o reconhecimento da marca.

---

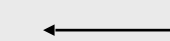
Para usos impressos,  
recomenda-se o mínimo de:



2 cm

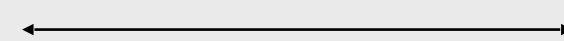


1,3 cm

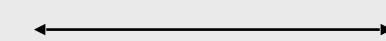


0,6 cm

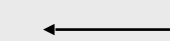
Para usos no meio digital,  
recomenda-se o mínimo de:



120 px



77 px



35 px

**Atenção:** As imagens acima são meramente ilustrativas e não correspondem às medidas citadas na página.



04

---

Área de

---

Segurança

---

## Assinatura Principal Horizontal | Área de não interferência

Para destaque, proteção da integridade e perfeita legibilidade da marca em todas as aplicações, é necessário estabelecer um espaço de proteção, ou seja, uma zona de arejamento ao seu redor, livre de elementos gráficos ou tipográficos, como ícones, chamadas e links.

\*Área de não interferência

X = Largura do traço do símbolo



Para a delimitação da área de proteção, estabeleceu-se margem de 5X.

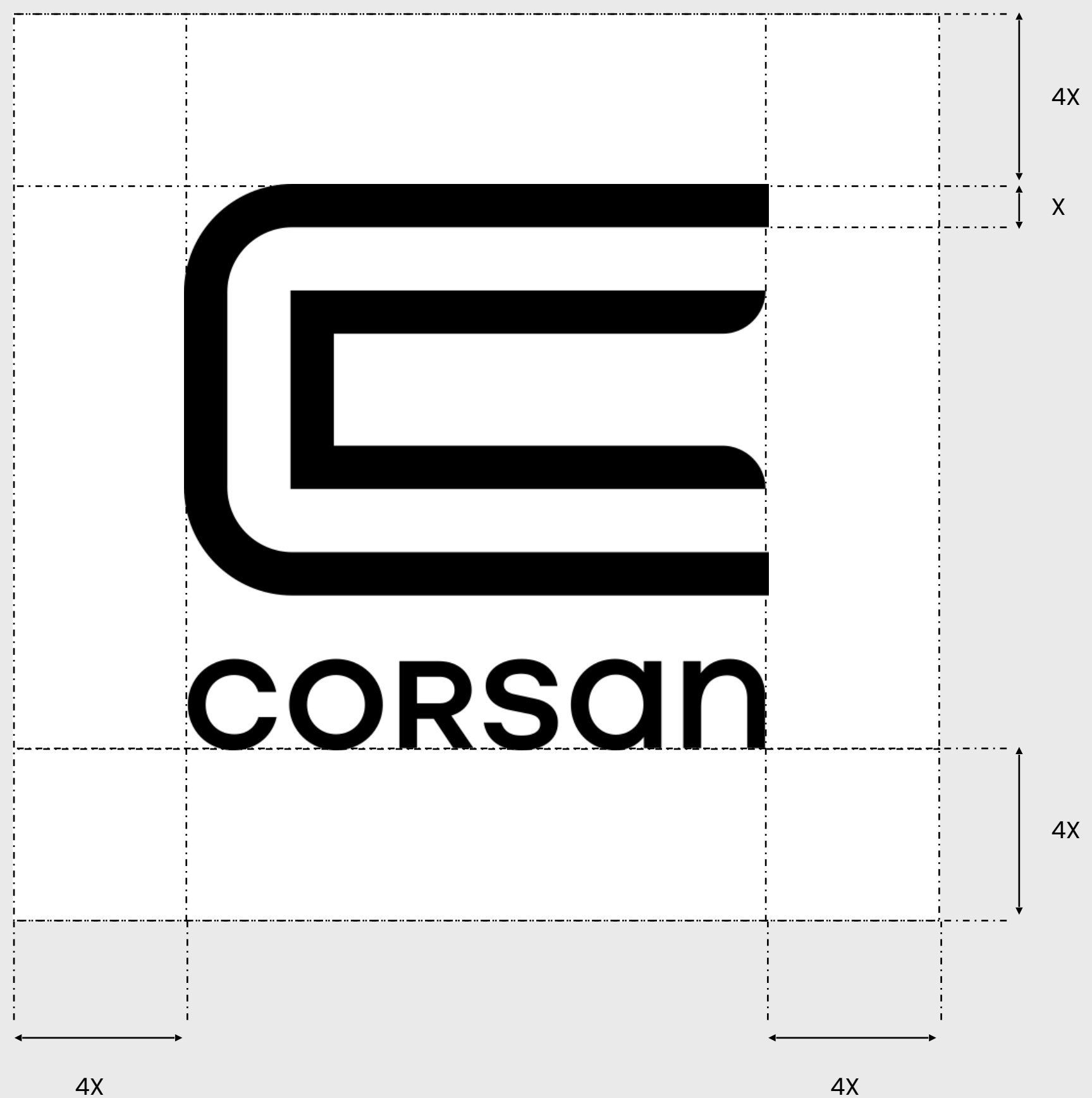
## Assinatura Vertical I | Área de não interferência

---

Para destaque, proteção da integridade e perfeita legibilidade da marca em todas as aplicações, é necessário estabelecer um espaço de proteção, ou seja, uma zona de arejamento ao seu redor, livre de elementos gráficos ou tipográficos, como ícones, chamadas e links.

---

\*Área de não interferência

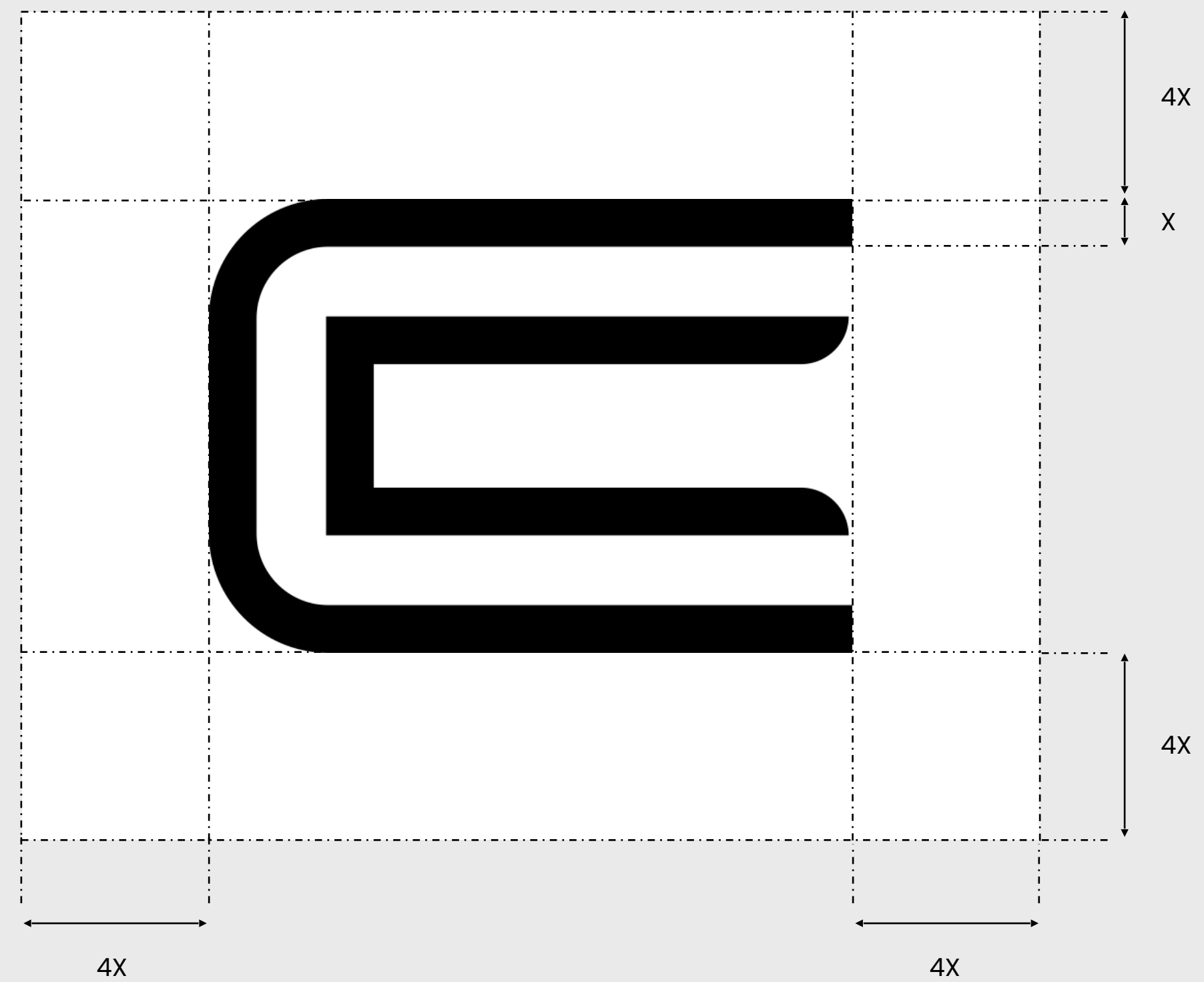


Para a delimitação da área de proteção, estabeleceu-se margem de 4X.

## Assinatura Iconográfica | Área de não interferência

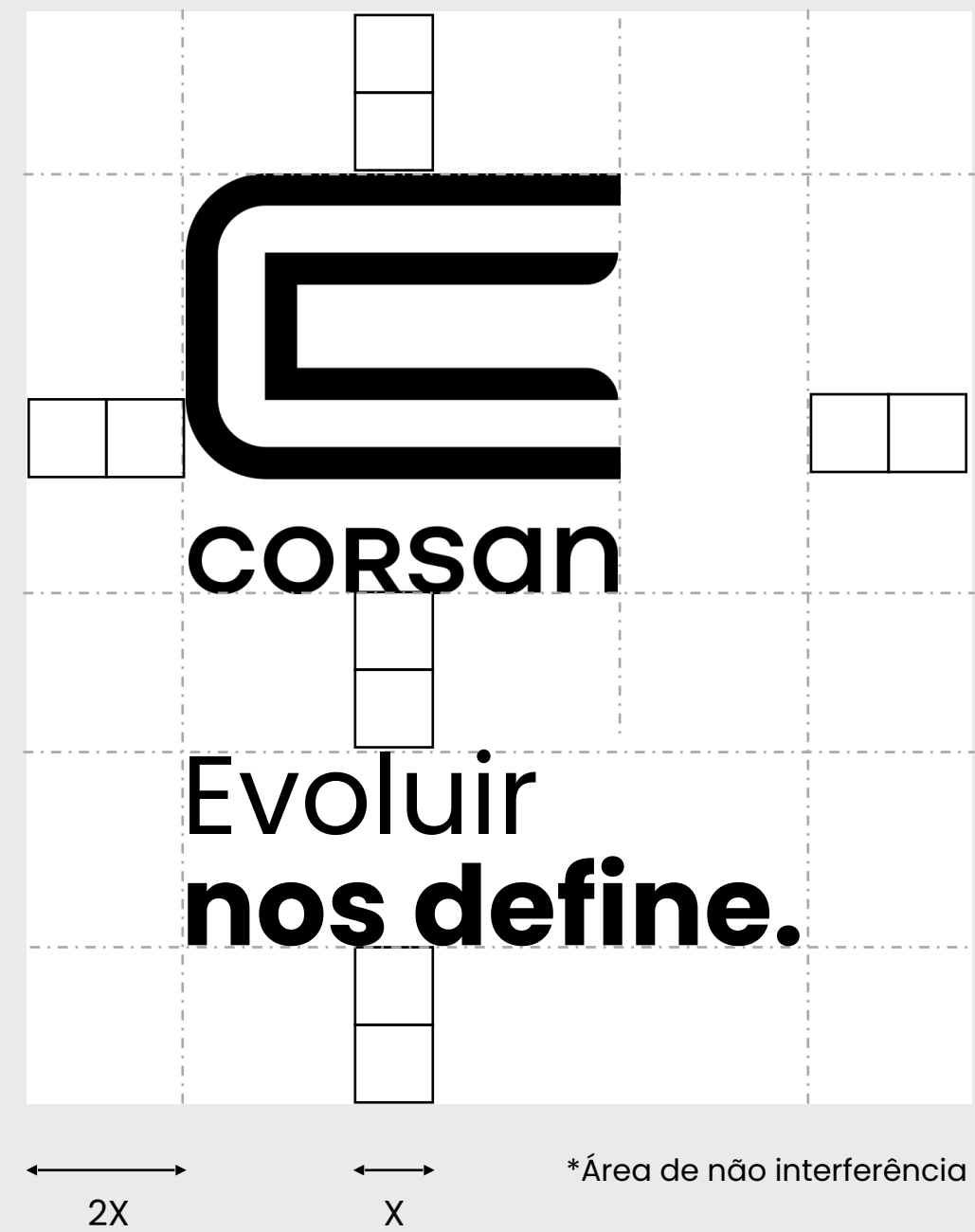
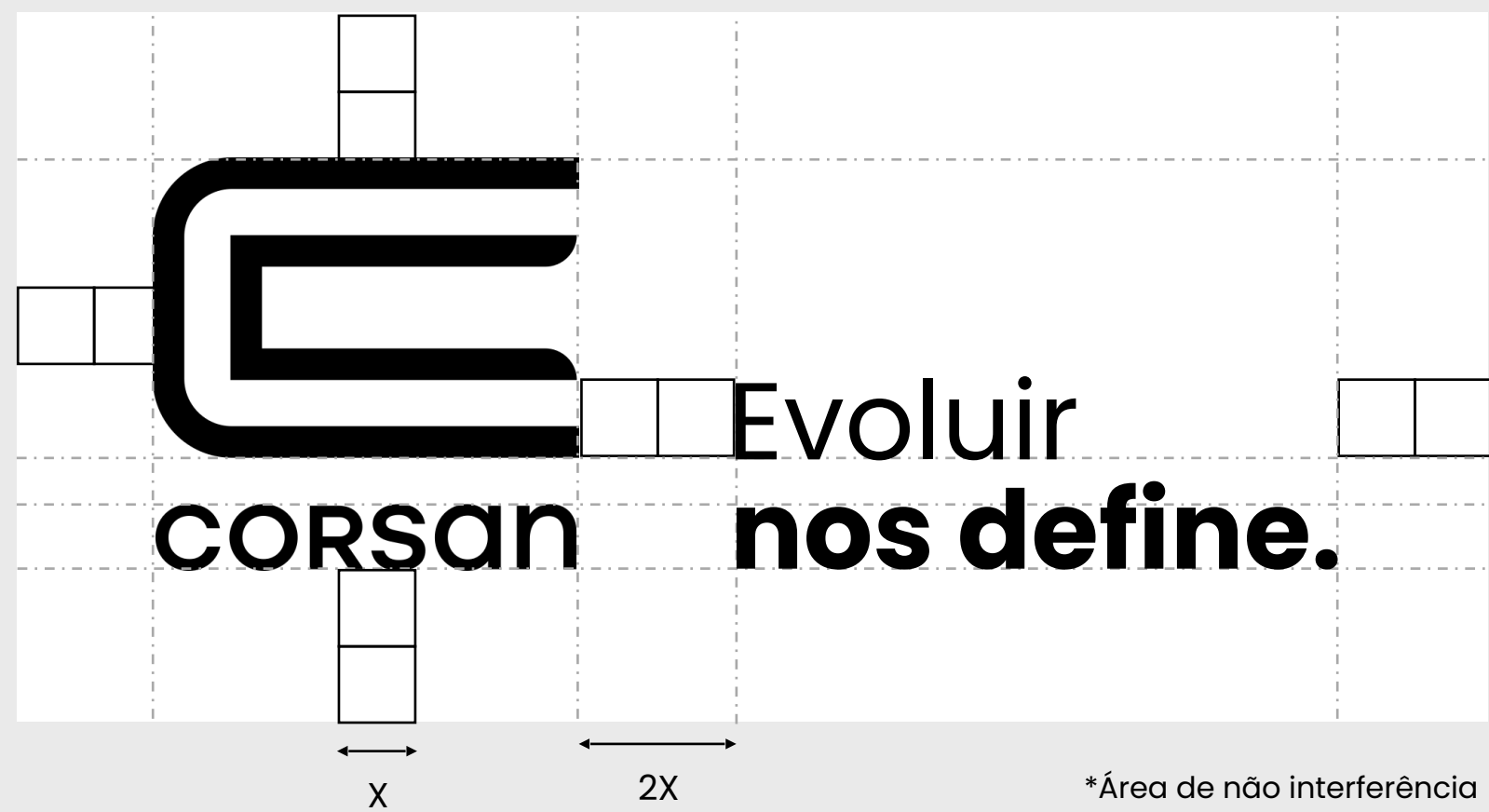
Para destaque, proteção da integridade e perfeita legibilidade da marca em todas as aplicações, é necessário estabelecer um espaço de proteção, ou seja, uma zona de arejamento ao seu redor, livre de elementos gráficos ou tipográficos, como ícones, chamadas e links.

\*Área de não interferência



Para a delimitação da área de proteção, estabeleceu-se margem de 4X.

Área de Segurança | **Relação com logo vertical e slogan.**



---

Para destaque, proteção da integridade e perfeita legibilidade da marca junto ao slogan em todas as aplicações, é necessário estabelecer um espaço de proteção, ou seja, uma zona de arejamento ao seu redor, livre de elementos gráficos ou tipográficos, como ícones, chamadas e links.

---



Área de Segurança | **Aplicação do logo com slogan em fundos ilegíveis ou cores não especificadas**

Em fundos ilegíveis, de difícil leitura ou cores não especificadas, utilize retângulo branco de fundo, respeitando a área de não interferência como na página 43.

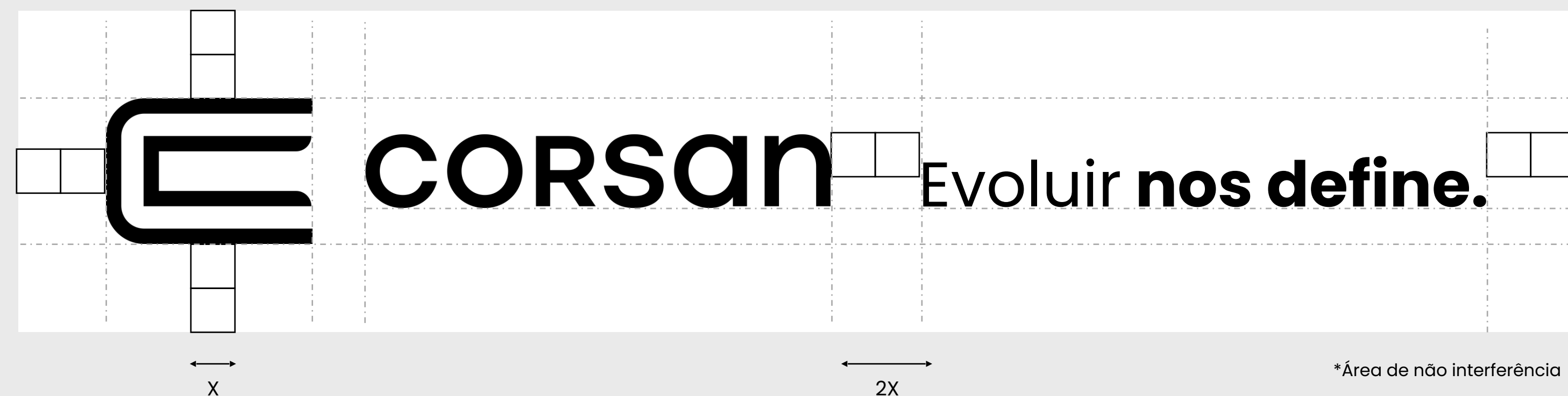
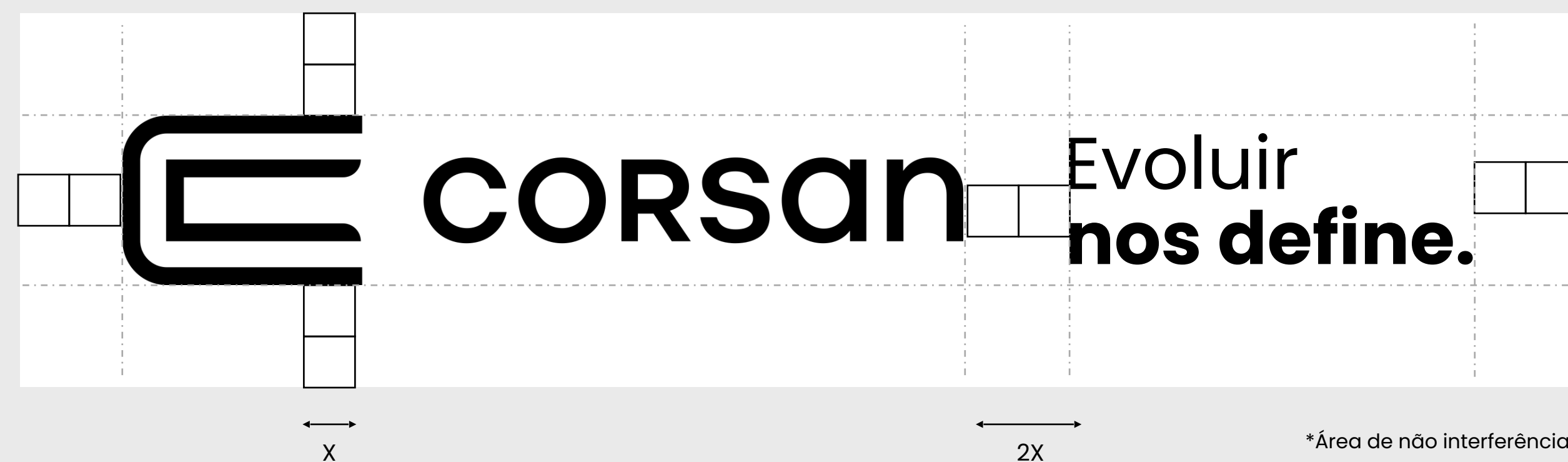


Área de Segurança | **Relação com logo horizontal e slogan.**

---

Para destaque, proteção da integridade e perfeita legibilidade da marca junto ao slogan em todas as aplicações, é necessário estabelecer um espaço de proteção, ou seja, uma zona de arejamento ao seu redor, livre de elementos gráficos ou tipográficos, como ícones, chamadas e links.

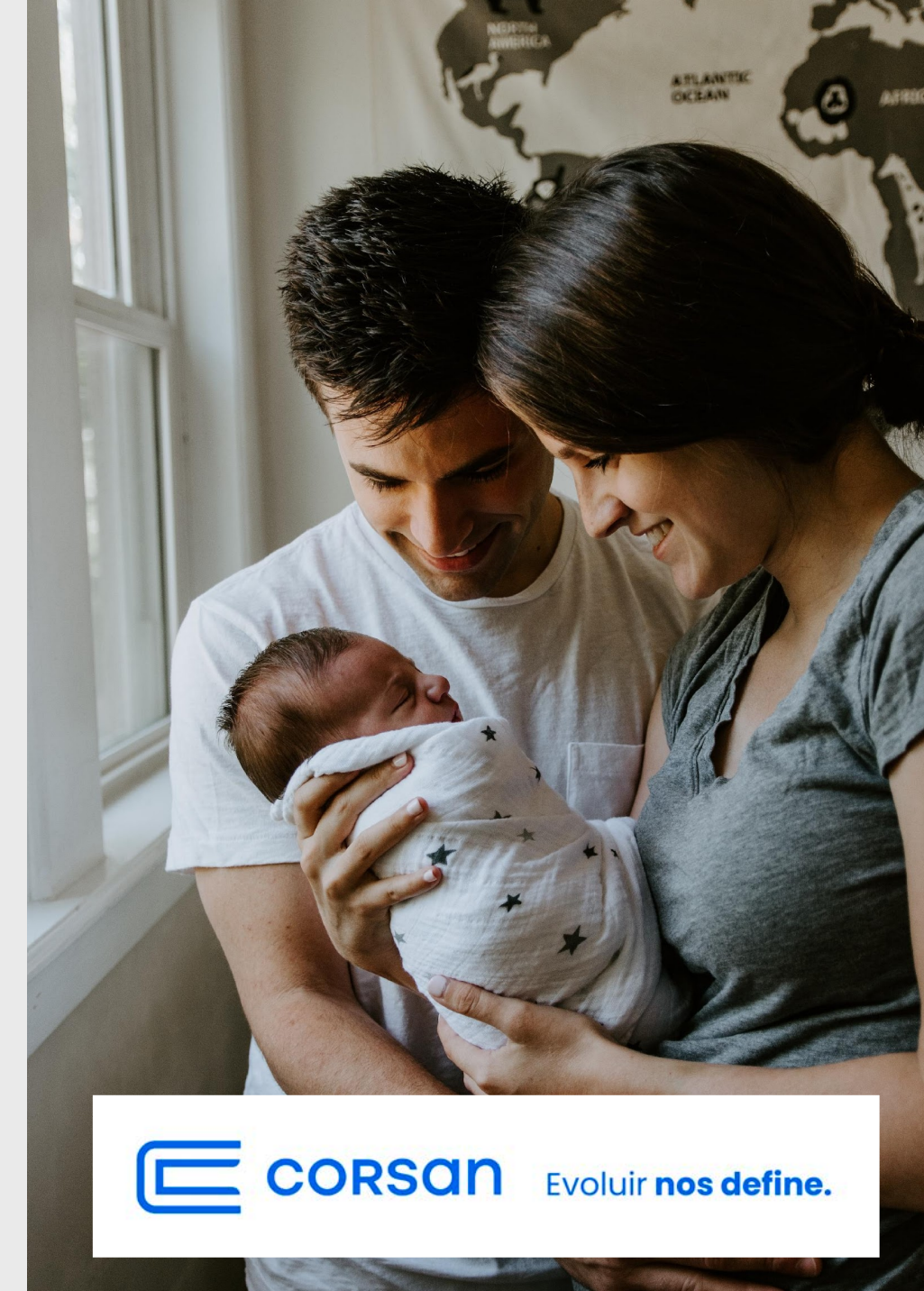
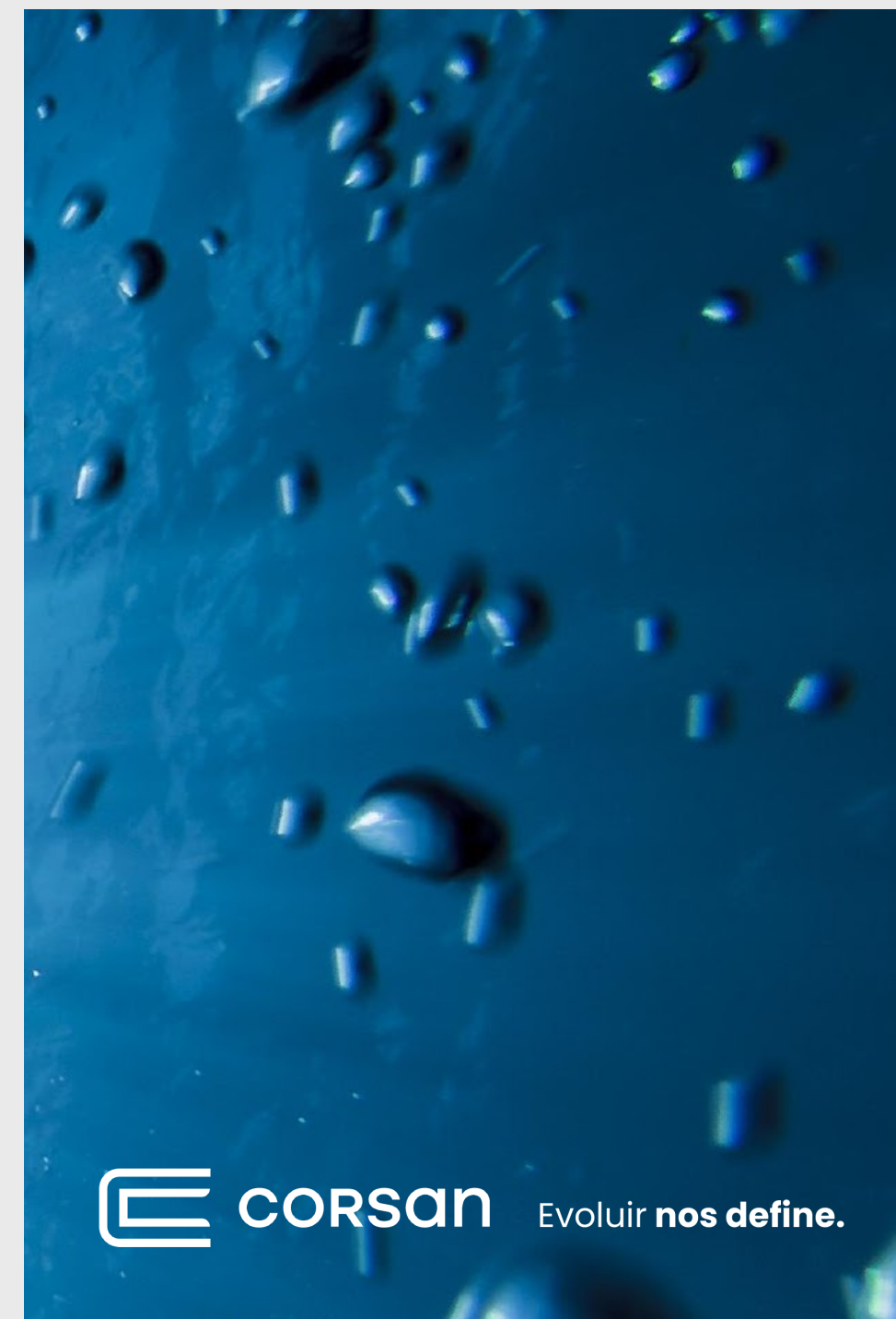
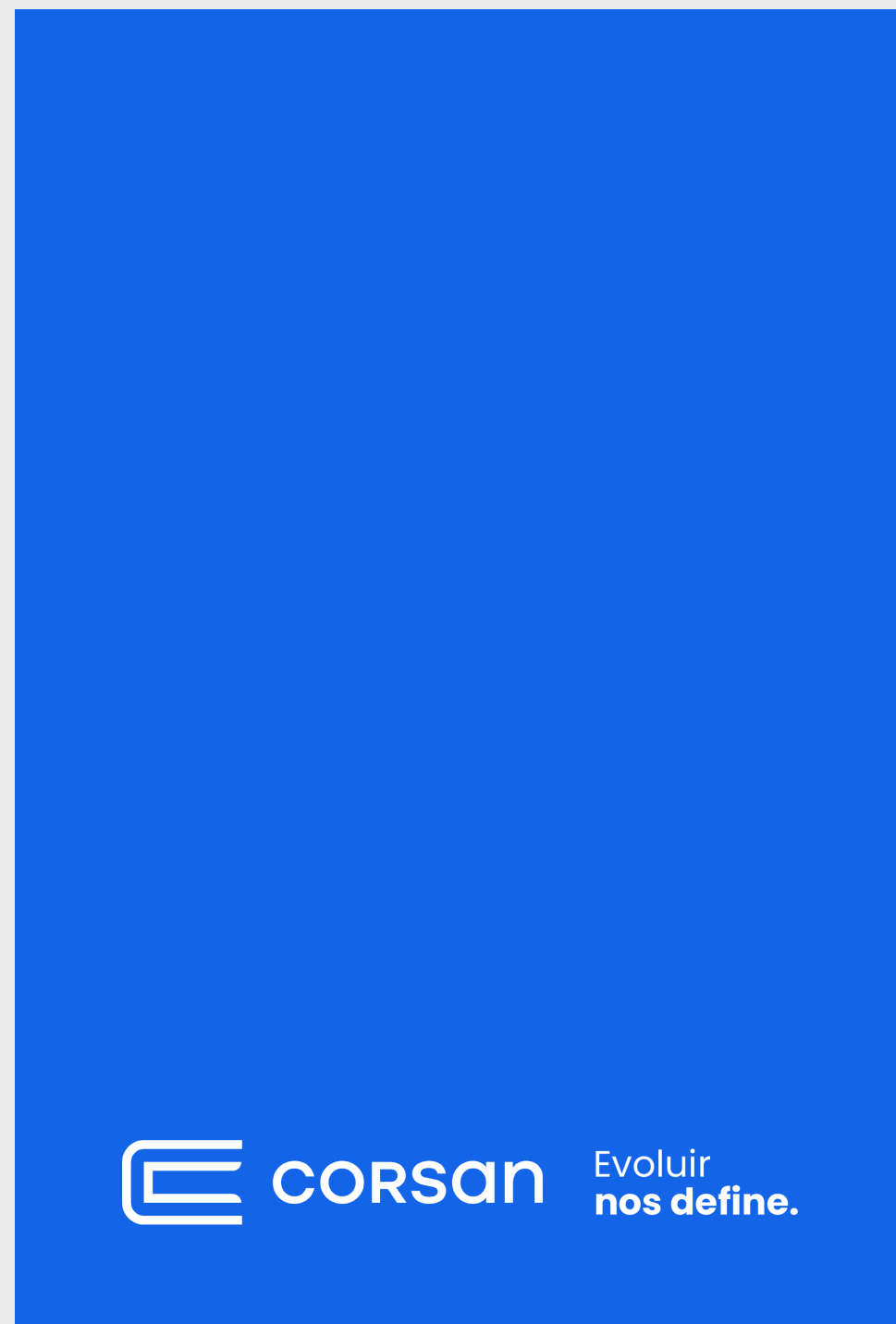
---





Área de Segurança | **Aplicação do logo com slogan em fundos ilegíveis ou cores não especificadas**

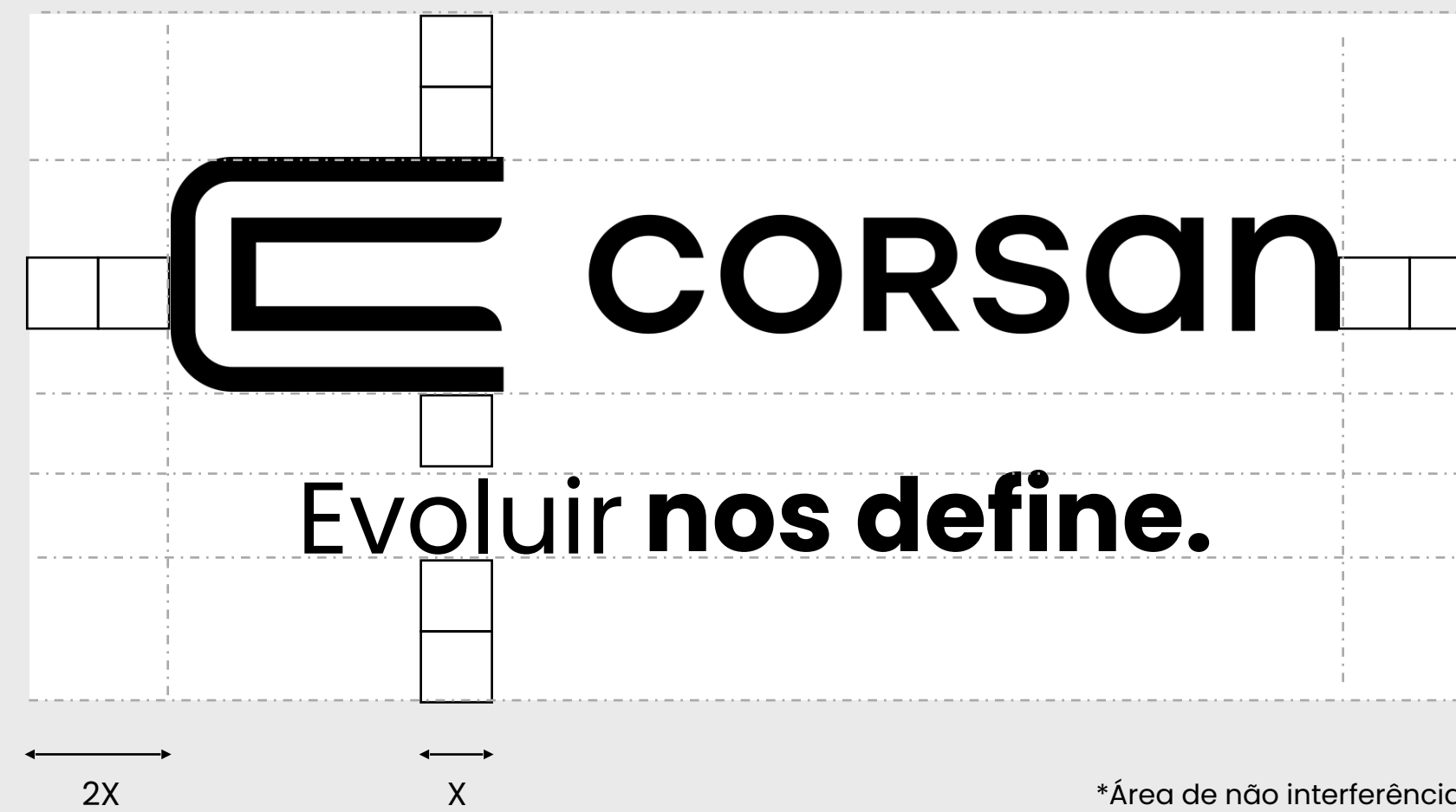
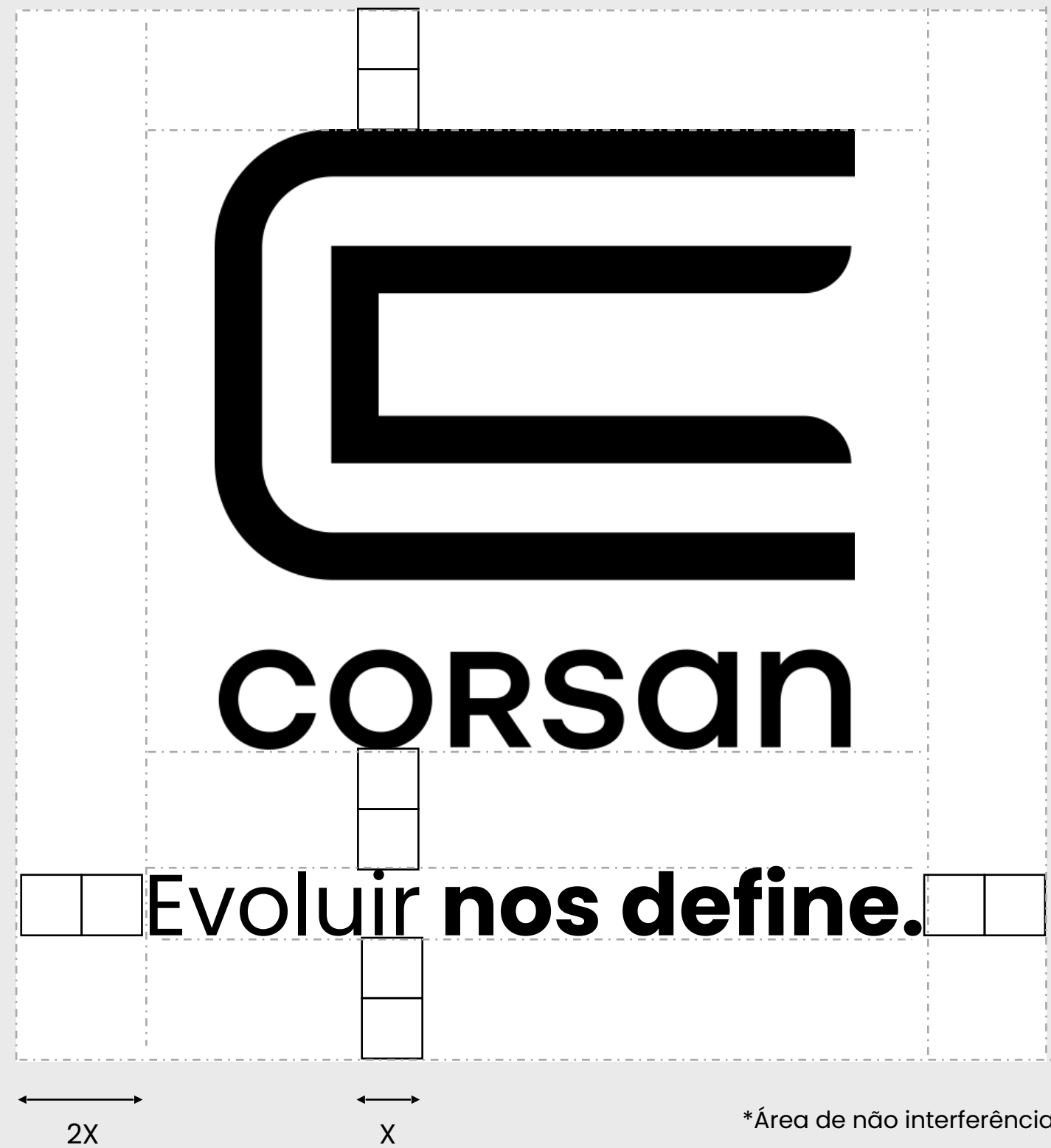
Em fundos ilegíveis, de difícil leitura ou cores não especificadas, utilize retângulo branco de fundo, respeitando a área de não interferência como na página 45.





Área de Segurança | **Relação com logo e slogan em uma linha.**

Para destaque, proteção da integridade e perfeita legibilidade da marca junto ao slogan em todas as aplicações, é necessário estabelecer um espaço de proteção, ou seja, uma zona de arejamento ao seu redor, livre de elementos gráficos ou tipográficos, como ícones, chamadas e links.

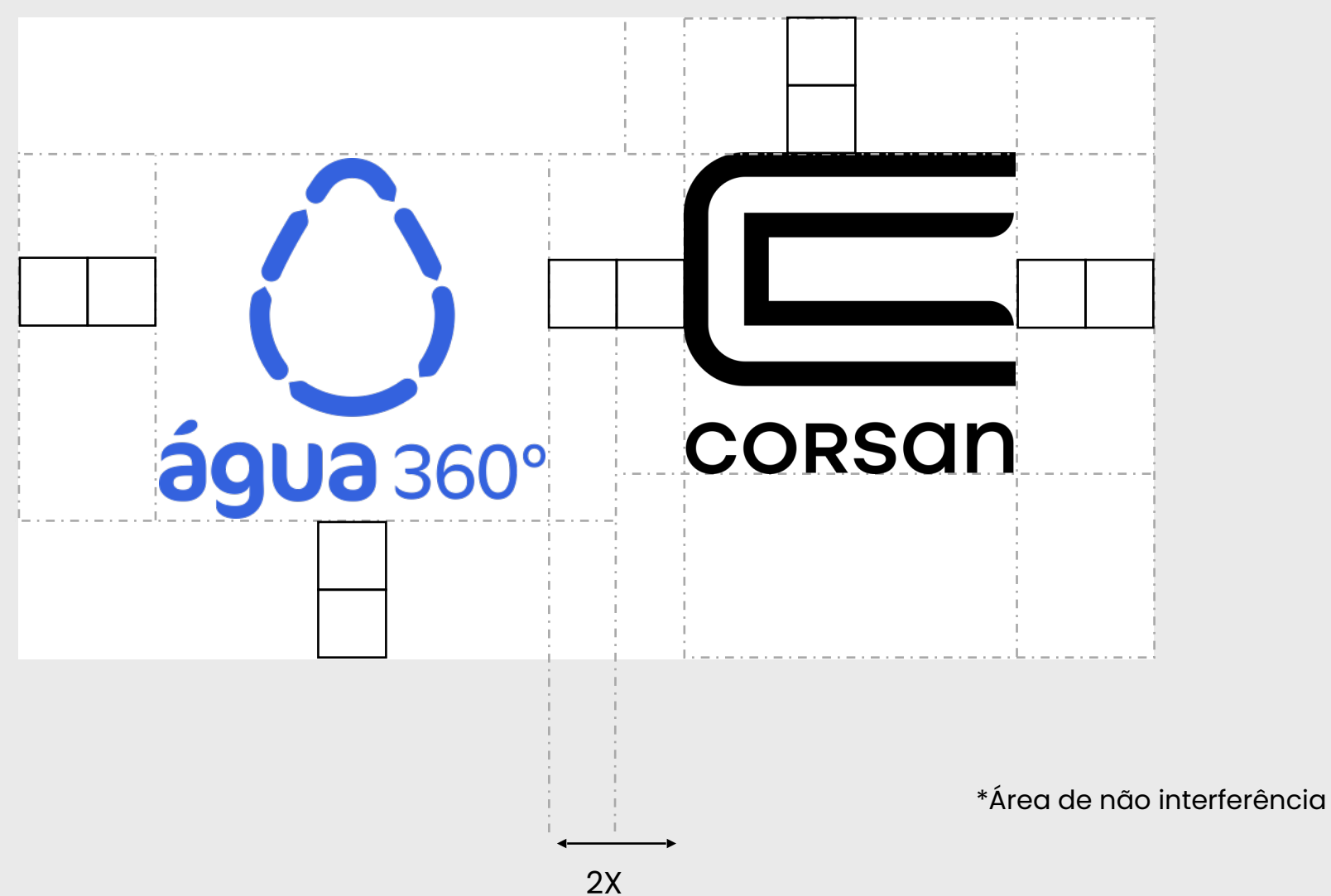


Área de Segurança | **Aplicação do logo com slogan em fundos ilegíveis ou cores não especificadas**

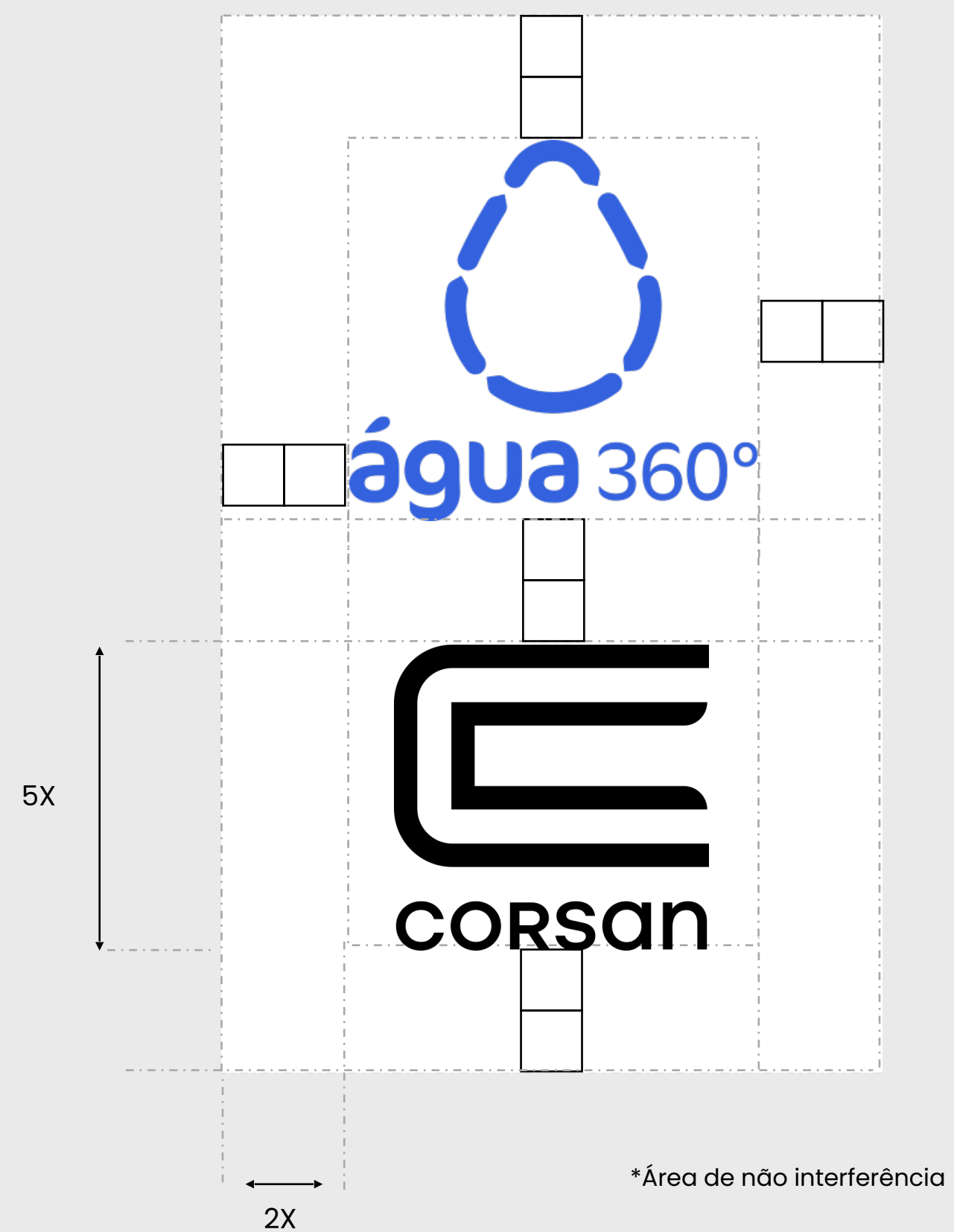
Em fundos ilegíveis, de difícil leitura ou cores não especificadas, utilize retângulo branco de fundo, respeitando a área de não interferência como na página 47.



Proporção Horizontal



Proporção Vertical



---

O uso com o logo água 360°, assim como qualquer outro parceiro, deve ser sempre nesta configuração: marca da Corsan na versão horizontal ou vertical + logo do parceiro. Mantendo a área de não interferência de 2X conforme os exemplos desta página.

---





---

Em fundos ilegíveis, de difícil leitura ou cores não especificadas, utilize retângulo branco de fundo, respeitando a área de não interferência como na página 31.

---

05

---

Tipografía

---

Institucional

---

# Poppins

ABCÇDEÉFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcçdeéfg hijklmnopqrstuvwxyz

1234567890~!@#\$%^&\*()\_+

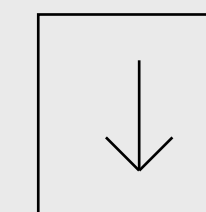
œΣ®†¥™ˆøøππ“«åßðf©œΩ

---

Para trazer modernidade, legibilidade e credibilidade à linguagem da Corsan, foi escolhida a **família tipográfica Poppins**.

Saiba mais detalhes e faça o download desta família tipográfica **aqui**.

---



**Negrito - Bold**

Normal - Regular

Leve - Light

Fino - Thin

---

**TÍTULOS DE DESTAQUE - GRANDES TAMANHOS**

POPPINS / FINO + **REGULAR**

---

Somos uma  
prestadora  
de serviços  
ambientais.

**TÍTULOS DE DESTAQUE - PEQUENOS E MÉDIOS TAMANHOS**

POPPINS / LEVE + **NEGRITO**

---

Evoluir **nos define.**

---

Estas variações tipográficas permitem uma relação de contraste entre a mesma fonte, possibilitando a criação de materiais mais harmônicos e coerentes.

---

**TEXTOS DE PARÁGRAFO**

POPPINS / LEVE OU REGULAR + **NEGRITO**

---

Acreditamos em acelerar entregas que beneficiam os cidadãos e a sociedade, conservando e valorizando o patrimônio gaúcho. **Nos movimentamos a partir da necessidade de melhoria da qualidade de vida**, da saúde e da conservação do meio ambiente para a atual e próximas gerações.

06

---

**Padrão**

---

Cromático

---



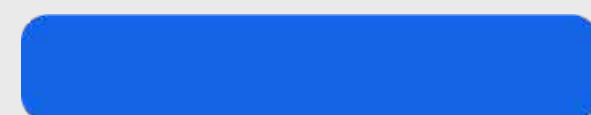
## Padrão cromático | Cores da Identidade Visual

---

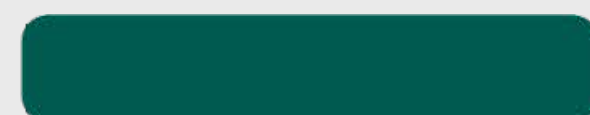
O padrão cromático é uma importante ferramenta de comunicação da nova fase da Corsan. As cores traduzem o conceito de soluções ambientais alinhadas à tecnologia, eficiência e agilidade. **É de suma importância usar as cores conforme as especificações técnicas abaixo.**

---

As cores podem variar de acordo com o tipo de impressão, substrato, ou luminosidade do ambiente. Busque sempre como referência as cores da tabela PANTONE. As cores impressas não terão a intensidade e brilho das cores em tela.



PANTONE 2387C  
SUVINIL SAFIRA  
CMYK 100/65/0/0  
RGB 20/100/230  
# 1464E6



PANTONE 329C  
SUVINIL RAMO DE ARRUDA  
CMYK 100/0/50/40  
RGB 0/90/80  
# 005a50



PANTONE COOL GRAY2C  
SUVINIL TEIA DE ARANHA  
CMYK 5/5/5/0  
RGB 234/234/234  
# EAEAEA



PANTONE 2177C  
SUVINIL RIO EBRO  
CMYK 65/20/25/0  
RGB 135/180/200  
# 87B4C8



PANTONE 2300C  
SUVINIL VERDE-CÍTRICO  
CMYK 40/0/90/0  
RGB 185/225/85  
# B9E155

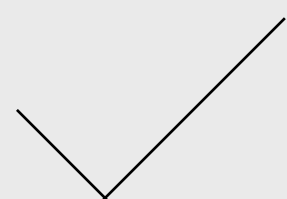
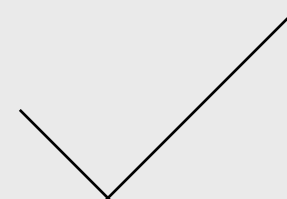


PANTONE 166C  
SUVINIL BRASA  
CMYK 0/85/100/0  
RGB 250/110/55  
# FA6E37

**Não converta automaticamente** as cores de RGB para CMYK ou vice-versa. Siga as tabelas abaixo para manter a fidelidade dos tons. Utilize as cores RGB para materiais exibidos em telas, como televisores, computadores e celulares. Use as cores CMYK para materiais impressos como flyers, outdoors, adesivos e fachadas.

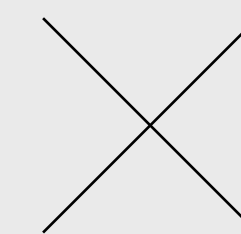
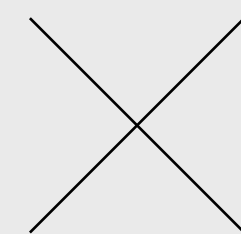
Cores corretas

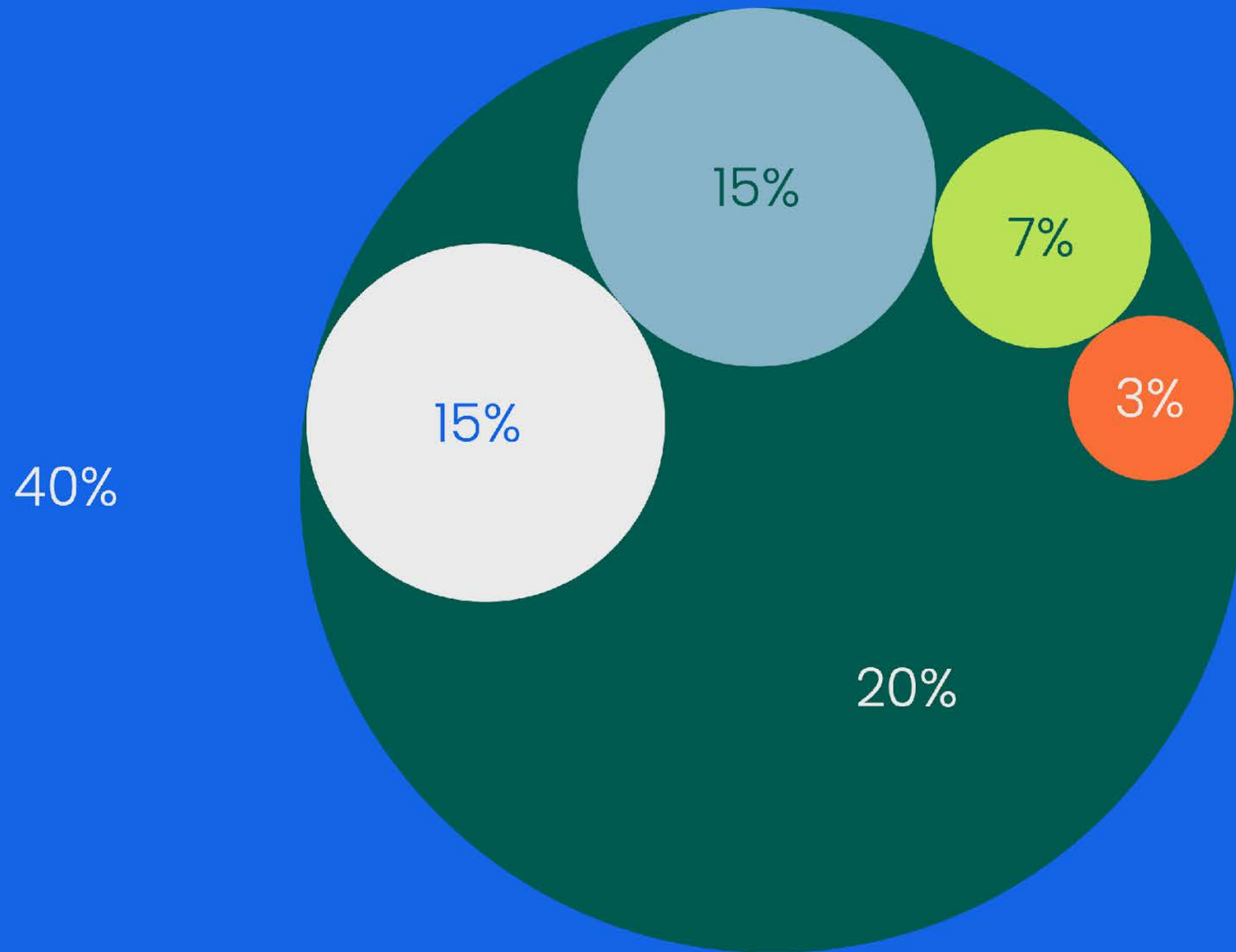
| RGB         | CMYK        |
|-------------|-------------|
| 20/100/230  | 100/65/0/0  |
| 0/90/80     | 100/0/50/40 |
| 234/234/234 | 5/5/5/0     |
| 135/180/200 | 65/20/25/0  |
| 185/225/85  | 40/0/90/0   |
| 250/110/55  | 0/85/100/0  |



Cores convertidas **incorretamente**

| CMYK convertido a partir do RGB original | RGB convertido a partir do CMYK original |
|--|--|
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |





---

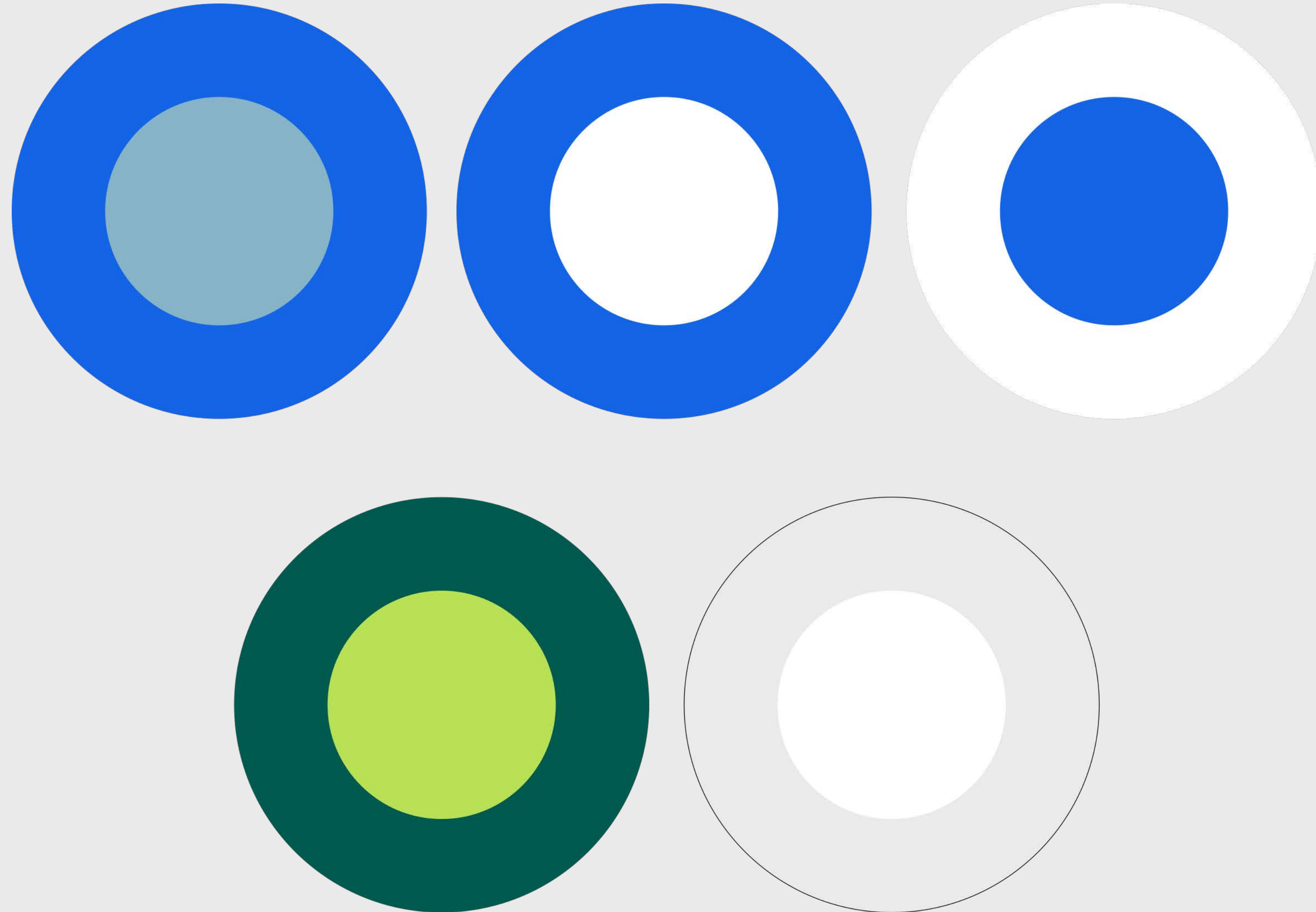
Em relação à hierarquia cromática, **destaca-se a cor Azul (40%)** como a cor principal sendo usada em materiais institucionais, fachadas, caixas d'água e grafismos.

**A cor verde (20%) também deve ser usada com protagonismo** representando soluções ambientais, sendo usada de forma alternada com a cor **Azul (40%)**.

As demais cores devem ser usadas para dar dinamismo e movimento à linguagem visual com as proporções assinaladas ao lado.

---

Padrão cromático | **Sugestão de Combinação de Cores**



---

Com o intuito de gerar pregnância visual e maior organização das informações, são sugeridas as combinações cromáticas ao lado. Lembrando que se faz possível o uso de todas as cores previstas pelo Manual de Identidade, com suas devidas proporções como visto no capítulo de **Cores da Identidade Visual**.

---

07

---

Aplicação e

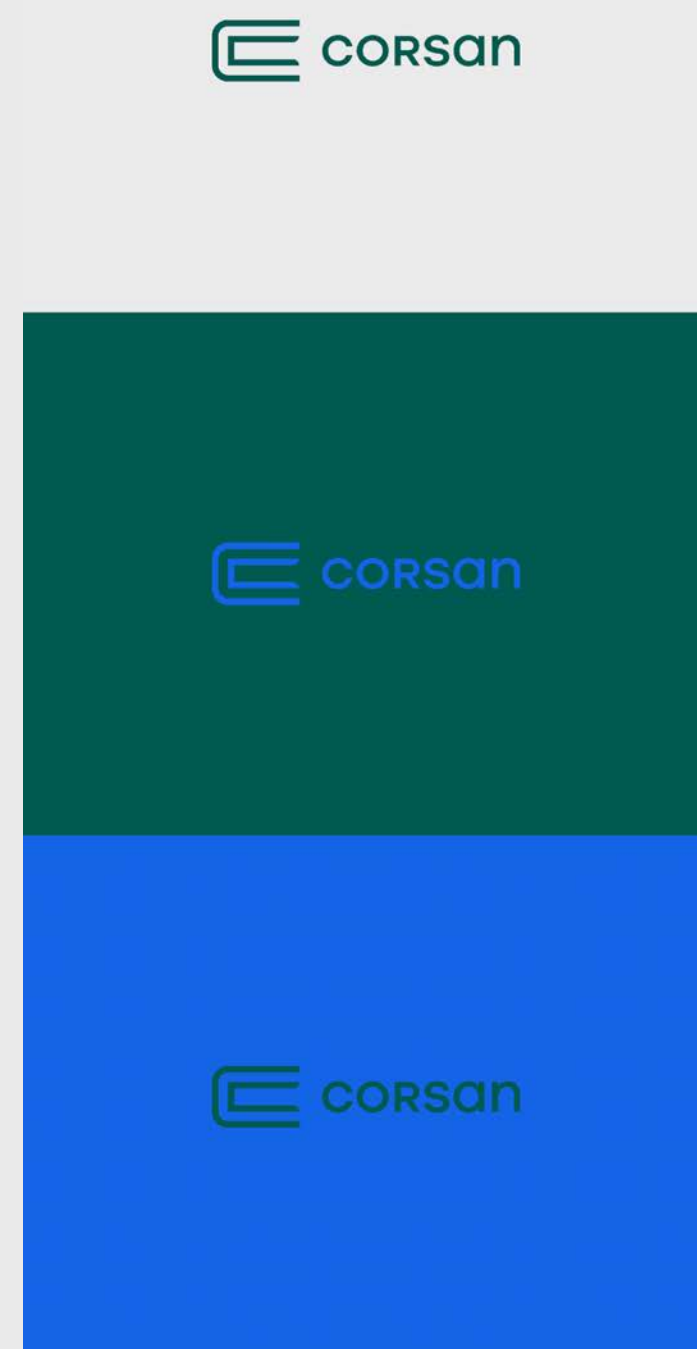
---

Uso Incorreto

---

## Aplicação da marca | Usos incorretos e Corretos

✘ Uso incorreto



✔ Uso correto



As diferentes variações do logo devem ser usadas **apenas nas cores branca, preta ou azul** respeitando a combinação de fundo abaixo.

A aplicação das cores e fundos devem respeitar a proporção da utilização indicada pela hierarquia cromática (página 34), priorizando as cores protagonistas.



---

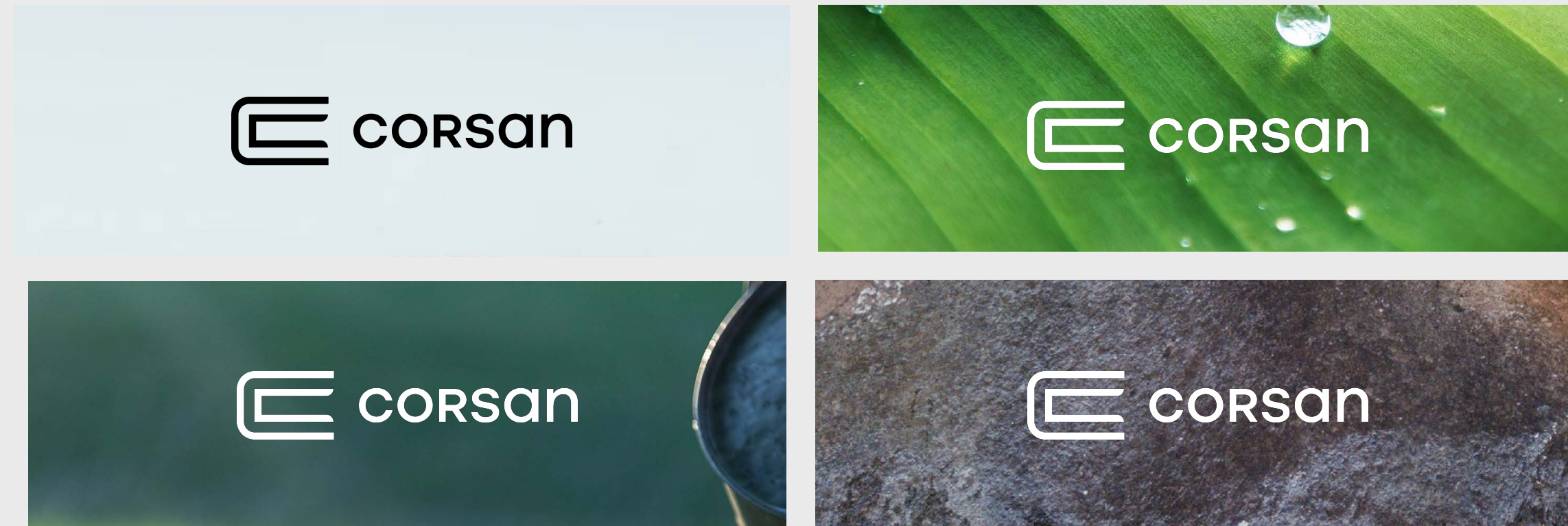
Em fundos de cores não especificadas, como em um banner de evento, **utilize o logo preto ou branco** prezando pelo melhor contraste.

---

✓ Sobre cores não especificadas



✓ Sobre fotos ou fundos legíveis



## Aplicação da marca | Usos incorretos

---

Estes são alguns dos usos incorretos de aplicação da assinatura visual da Corsan. Esteja atento para não reproduzi-los em futuros layouts e tenha em mente que é obrigatório manter as características originais da marca, com o uso de arquivos oficiais e suas regras de aplicação, conforme apresentadas neste material.

---



Versão correta



Não distorcer



Não alterar a posição dos elementos



Não rotacionar



Não usar efeitos



Não usar cores não especificadas



Não utilizar contorno



Não usar em fundos não especificados

**Atenção:** Estas orientações acima devem ser seguidas em todas as versões da assinatura visual mencionadas anteriormente.



✓ Sobre cores não especificadas e fundos ilegíveis



✓ Sobre fotos ou fundos legíveis



---

Em fundos ilegíveis, de difícil leitura ou cores não especificadas, como em um banner de evento, **utilize um retângulo** respeitando a área de não interferência como visto nas páginas 10, 15, 19 e 32 nas cores sugeridas na página 30.

---

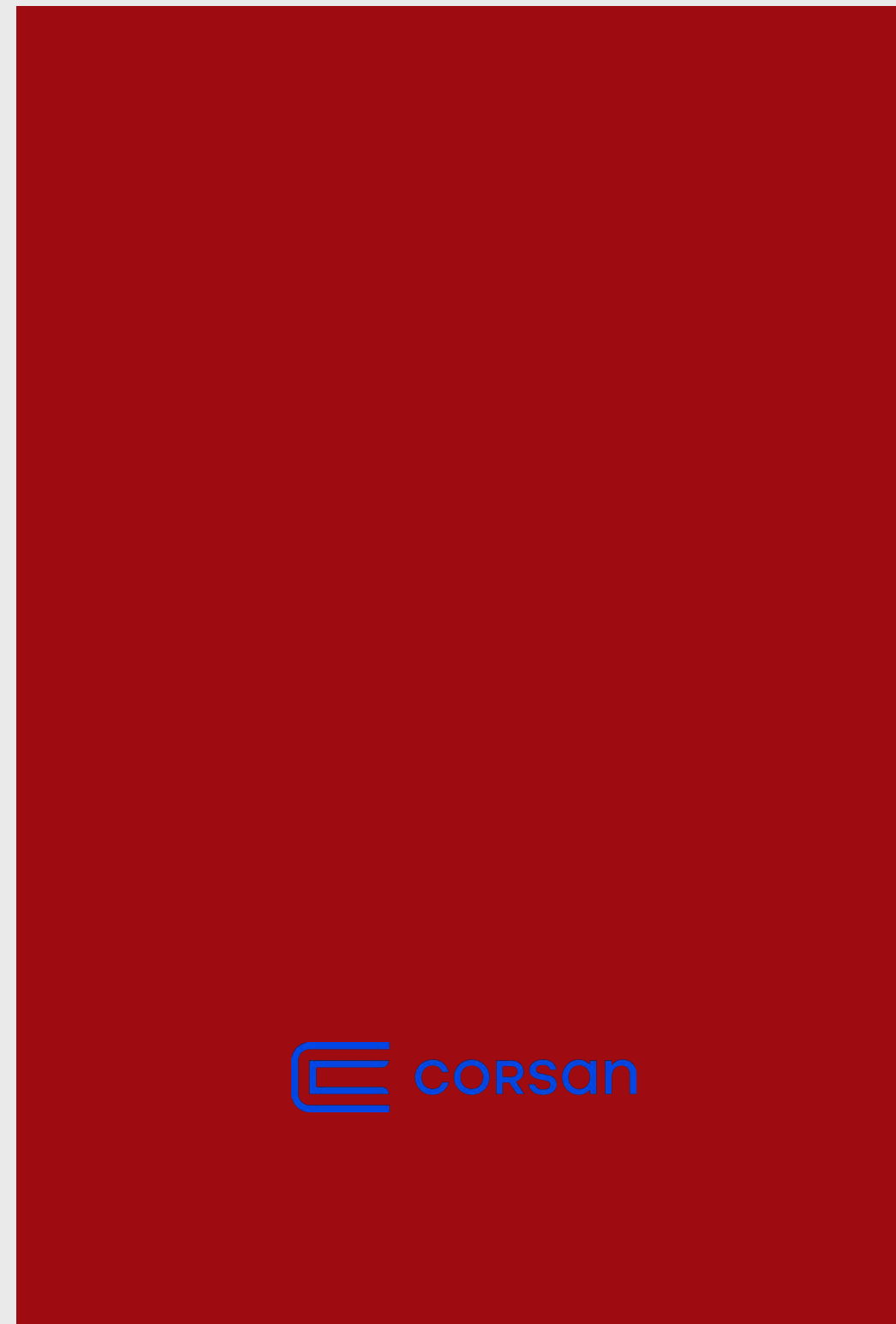
✓ Sobre fotos ou fundos ilegíveis



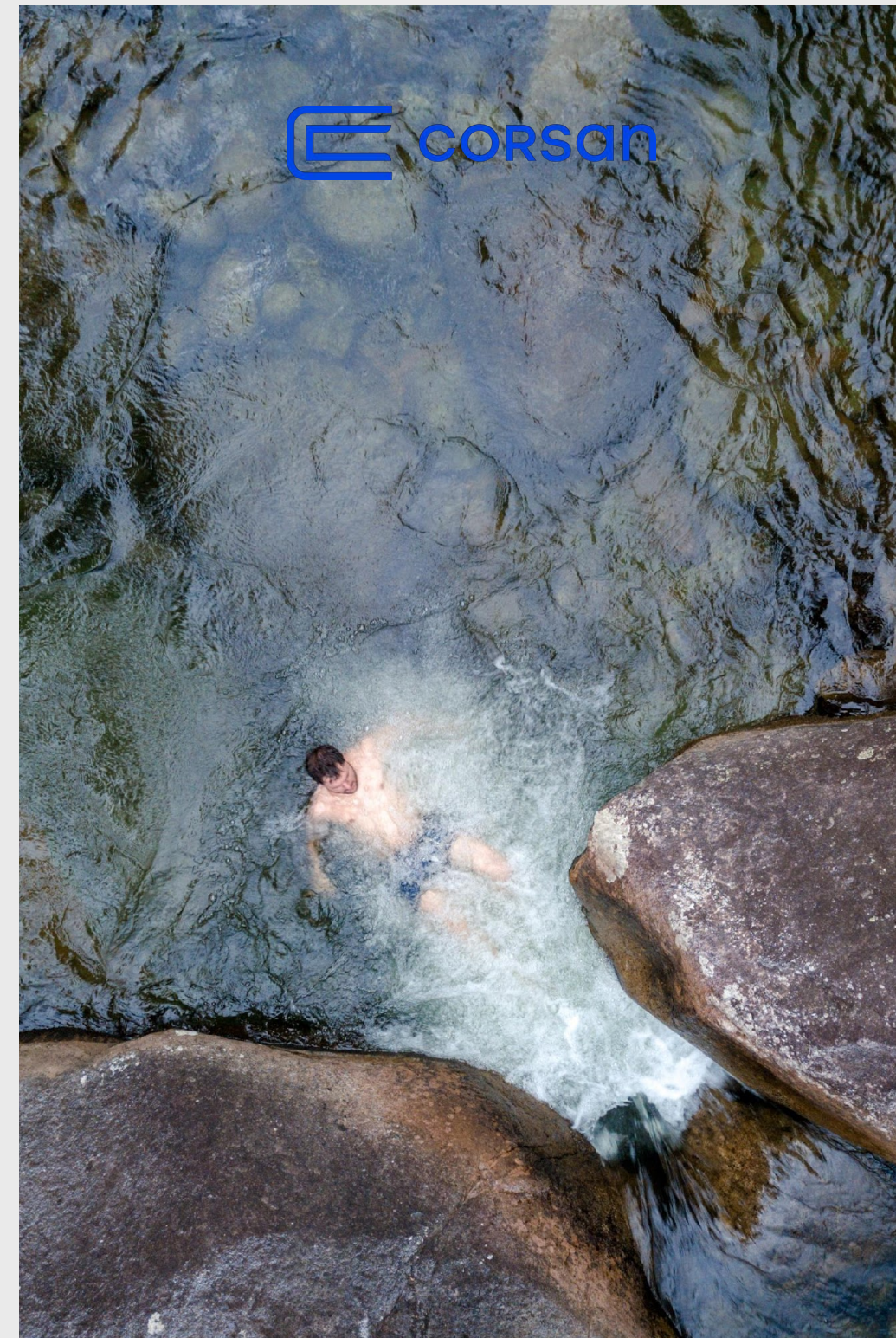


Aplicação da marca | **Utilização em fundos ilegíveis ou cores não especificadas**

✘ Uso incorreto



✘ Uso incorreto



---

Em fundos ilegíveis, de difícil leitura ou cores não especificadas, como em um banner de evento, **utilize um retângulo** respeitando a área de não interferência como visto nas páginas 10, 15, 19 e 32 nas cores sugeridas na página 30.

---

08

---

Linguagem

---

Visual

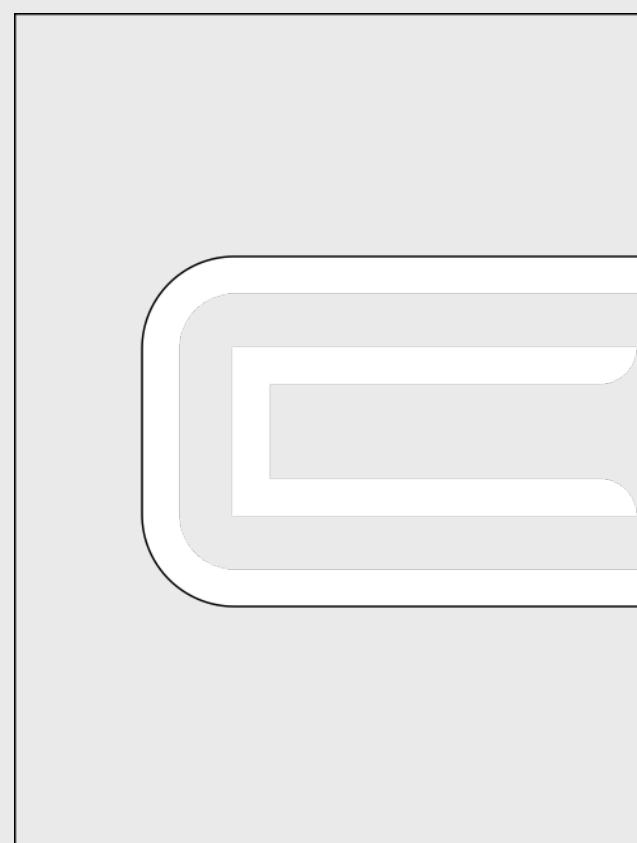
---

---

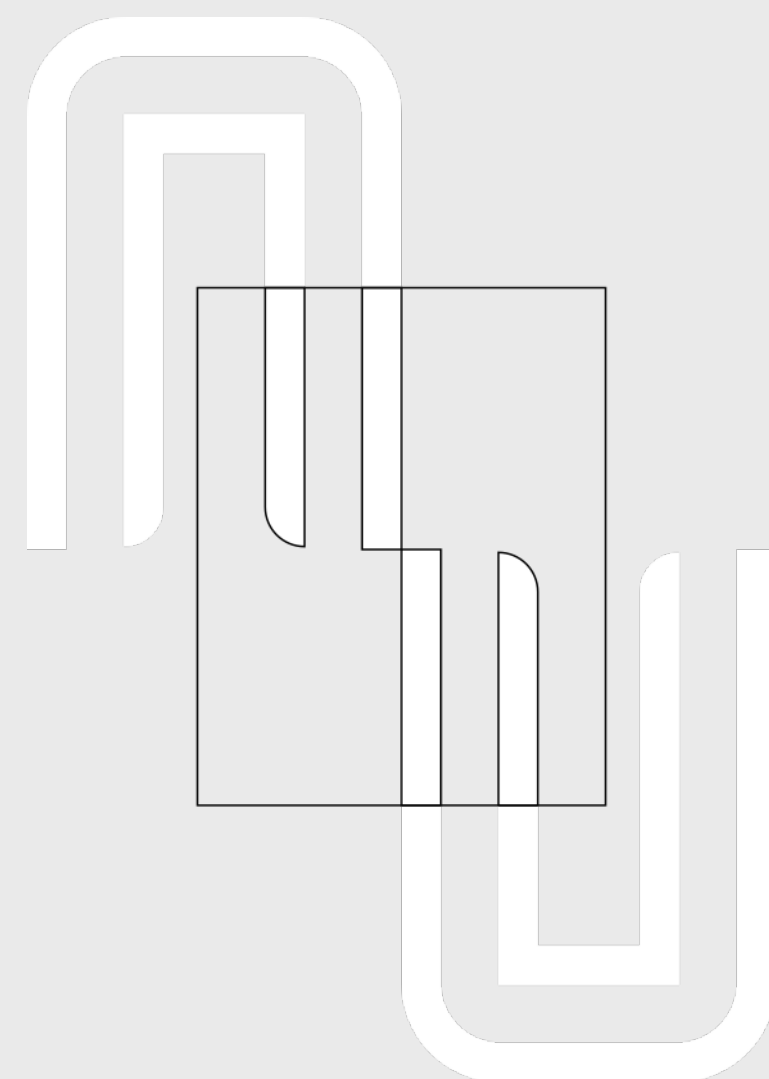
Para aprimorar a linguagem visual **foram criadas quatro opções de recursos visuais** que servem como padrões para serem usados como elementos gráficos. Abaixo exemplificamos como os mesmos foram criados usando o símbolo da marca Corsan.

---

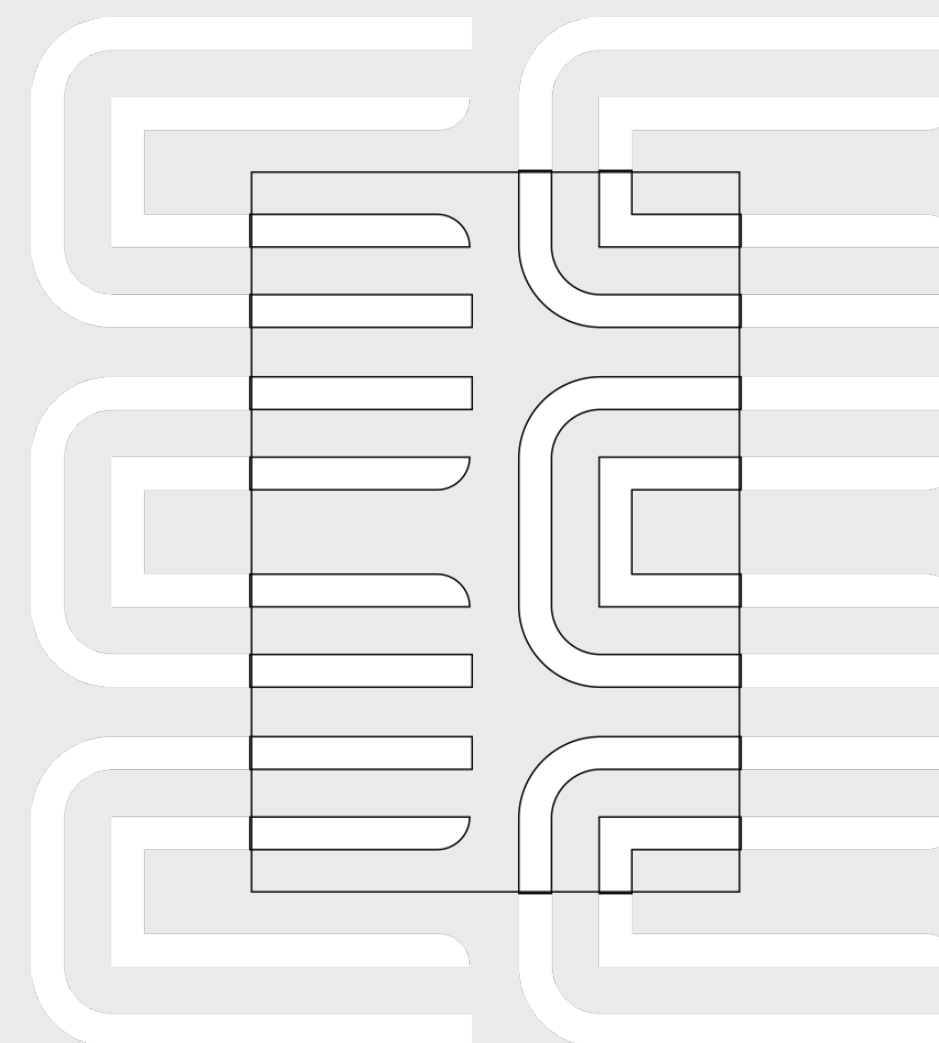
1 - Máscara com  
Símbolo da Marca



2 - Padrão com  
Símbolo da marca - A

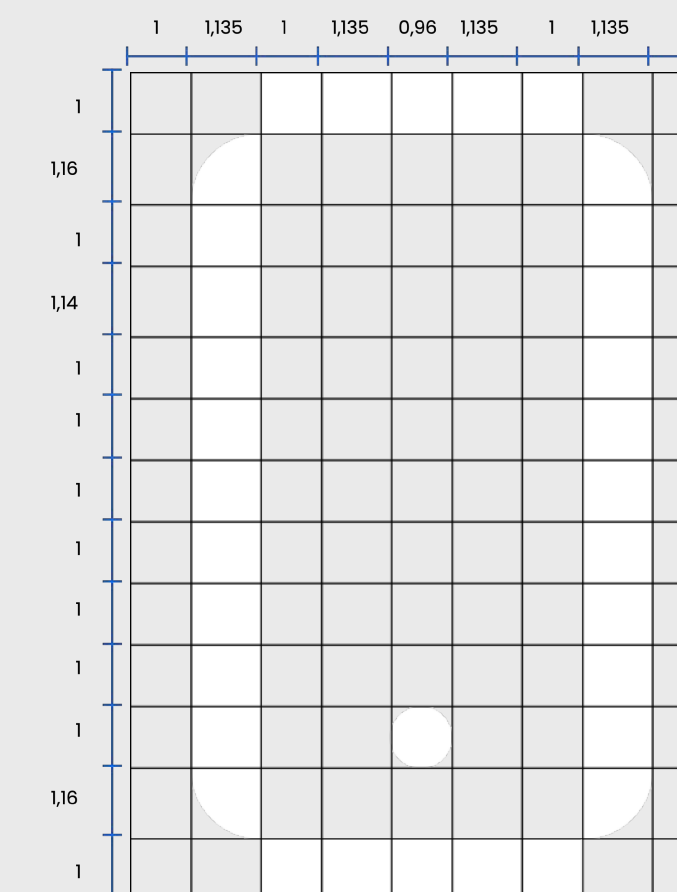


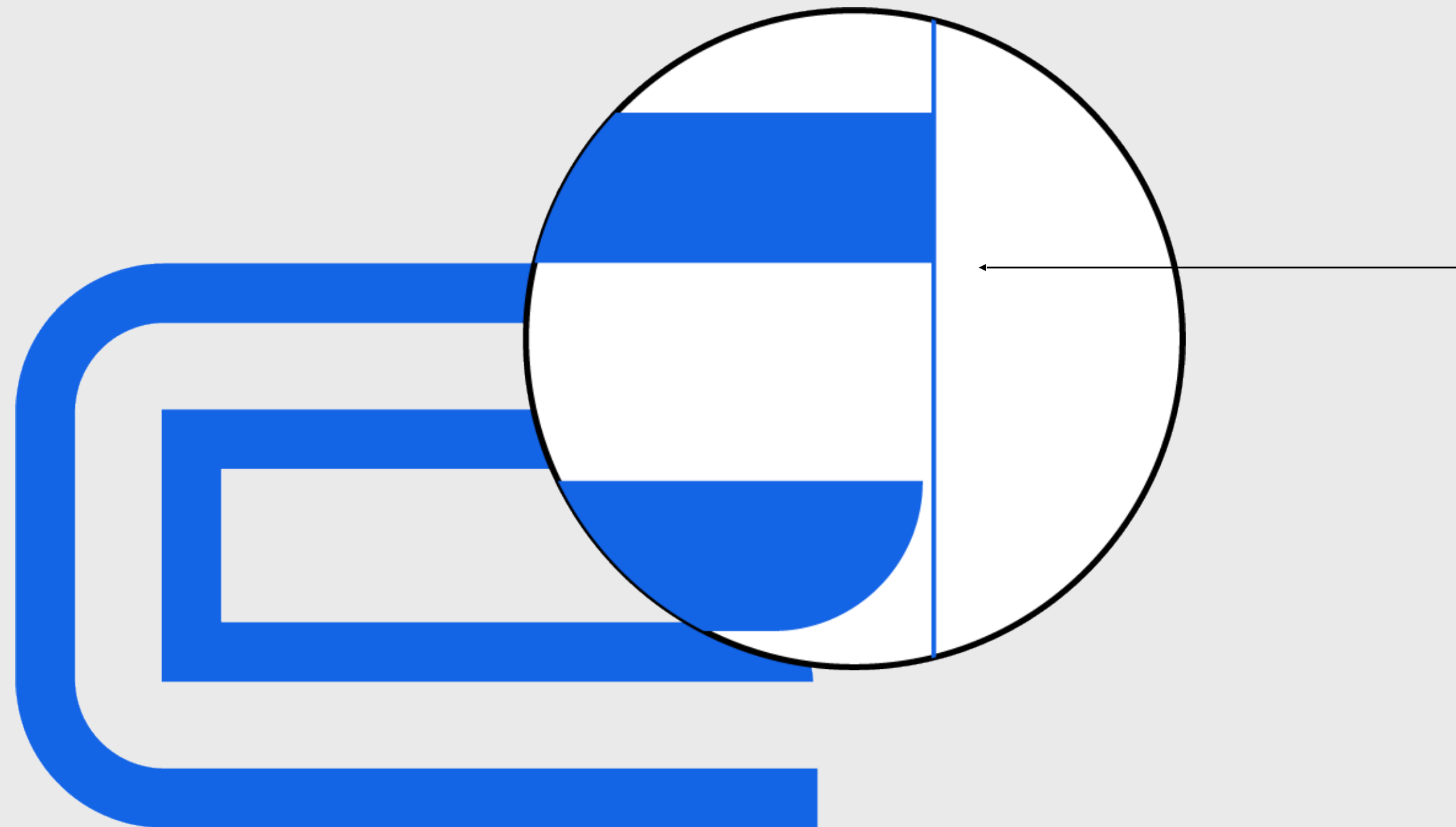
3 - Padrão com  
Símbolo da marca - B



4 - Ícones

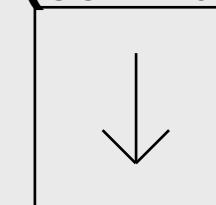
X = Largura do traço do símbolo





Considerando que a marca possui um desalinhamento proposital na parte interna do C que inviabiliza a aplicação em caixas d'água, que são pintadas à mão, foi criada uma versão especial da marca para uso exclusivo nos casos onde necessitam pintura manual em grandes formatos.

**(confira nas próximas páginas)**

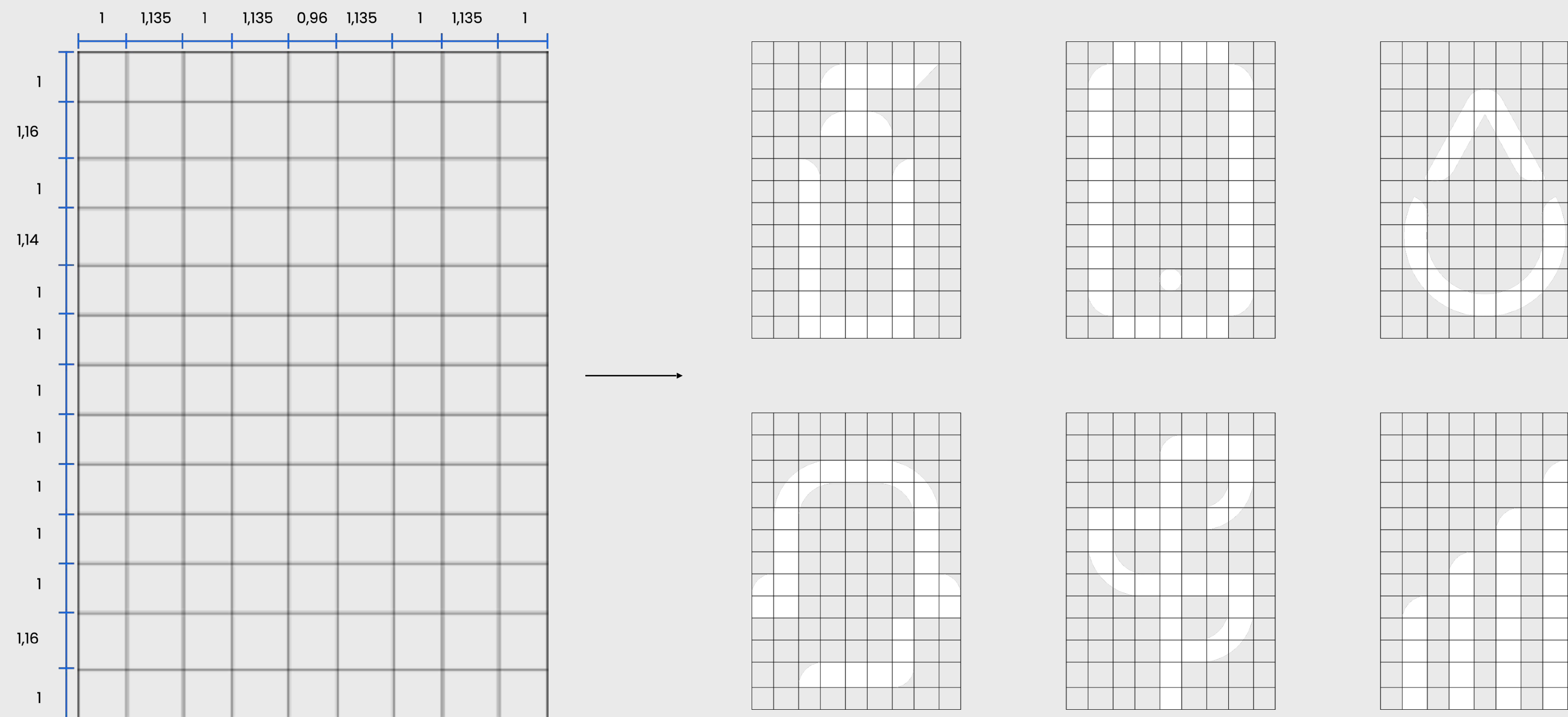




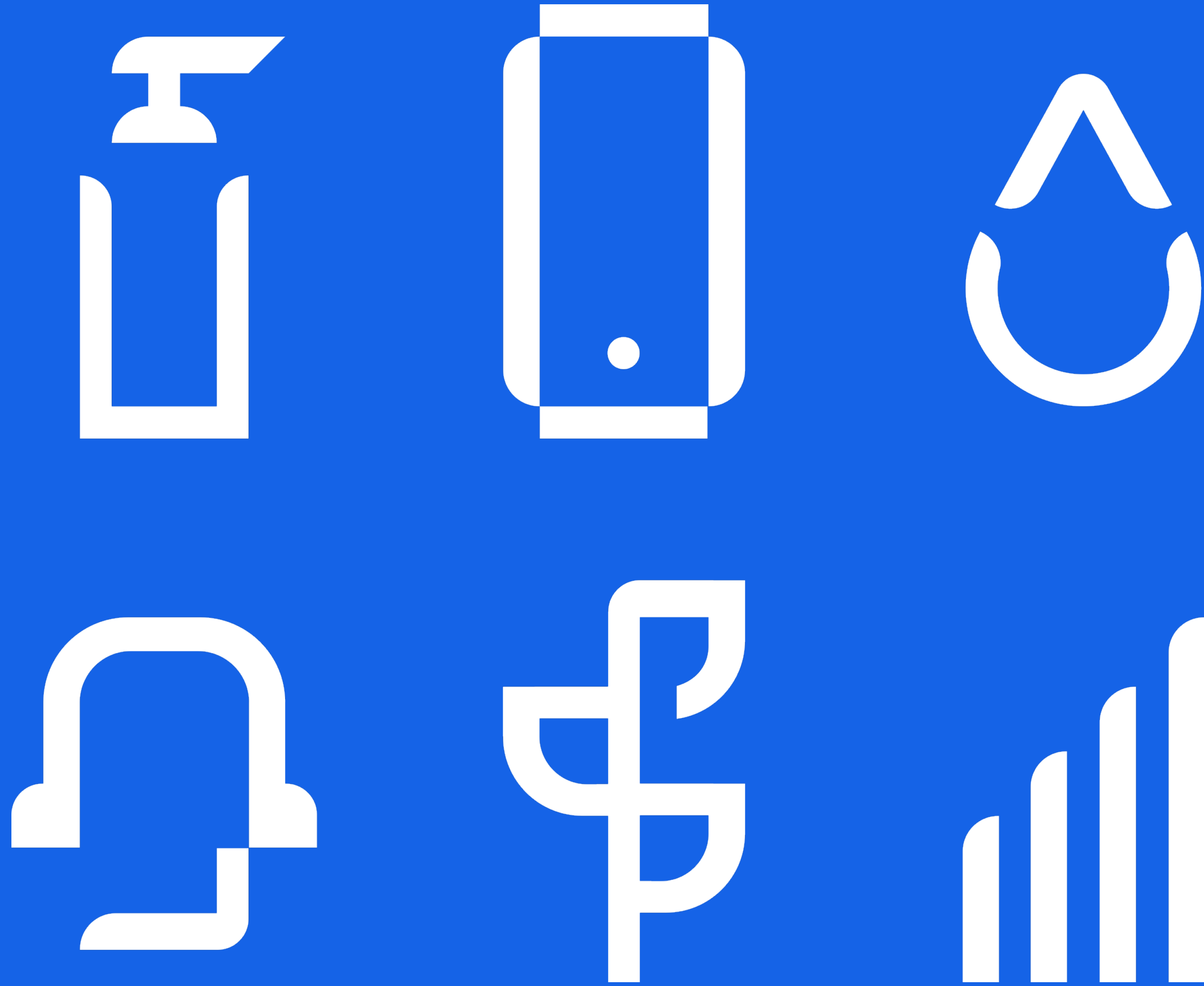
A partir do grid abaixo é possível desdobrar inúmeros ícones mantendo a mesma concordância visual da marca. Atente-se para usar as curvas conforme o símbolo original sem distorcê-la.



Exemplos de aplicação.







09

---

Aplicação

---

Visual

---



---

Para a correta aplicação da marca nos reservatórios, considerar as medidas apresentadas na página 30 deste manual.

---



Arte Planificada

10

---

Mood de

---

Imagens

---



---

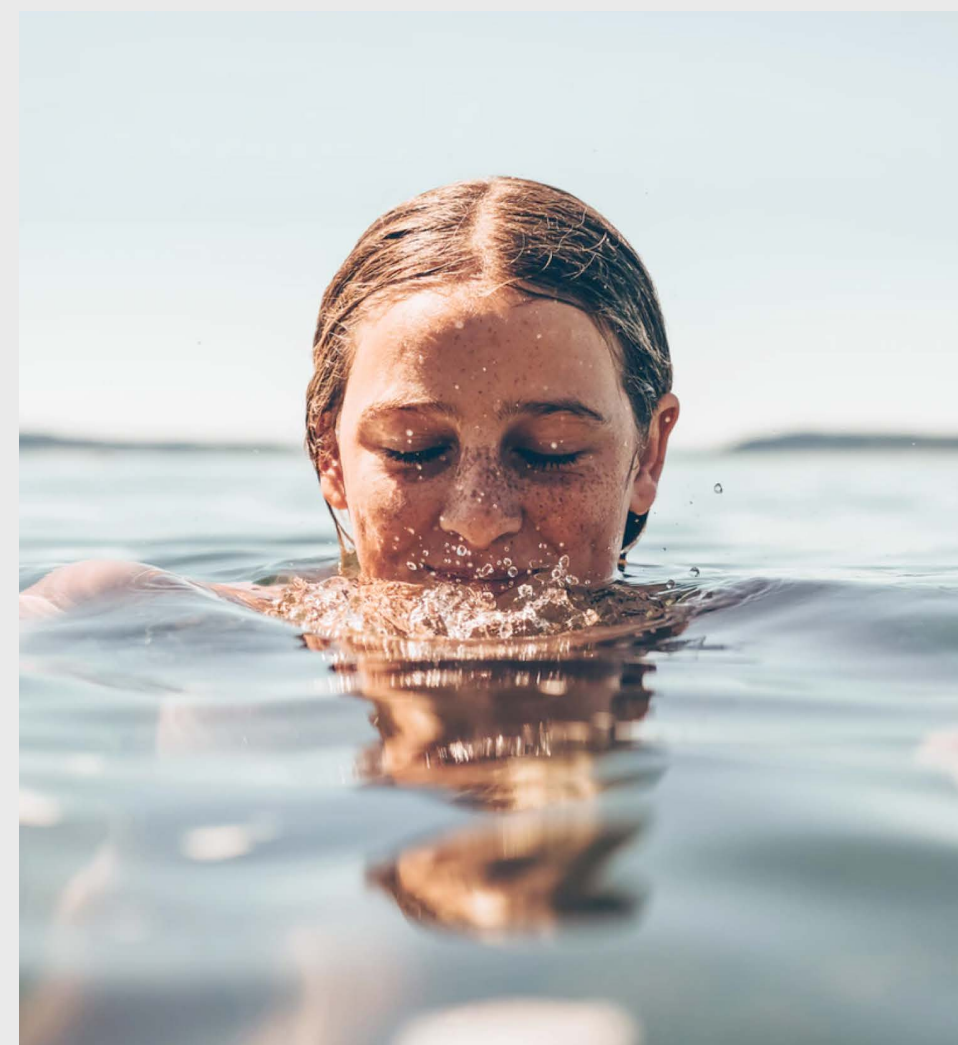
Com o intuito de trazer dinamicidade à marca, é prevista a mescla entre logotipo, grafismos visuais e imagens. Sempre procure usar fotos com um tom quente e acolhedor nas áreas de **tecnologia, benefícios e facilidades, meio ambiente e evolução.**

---

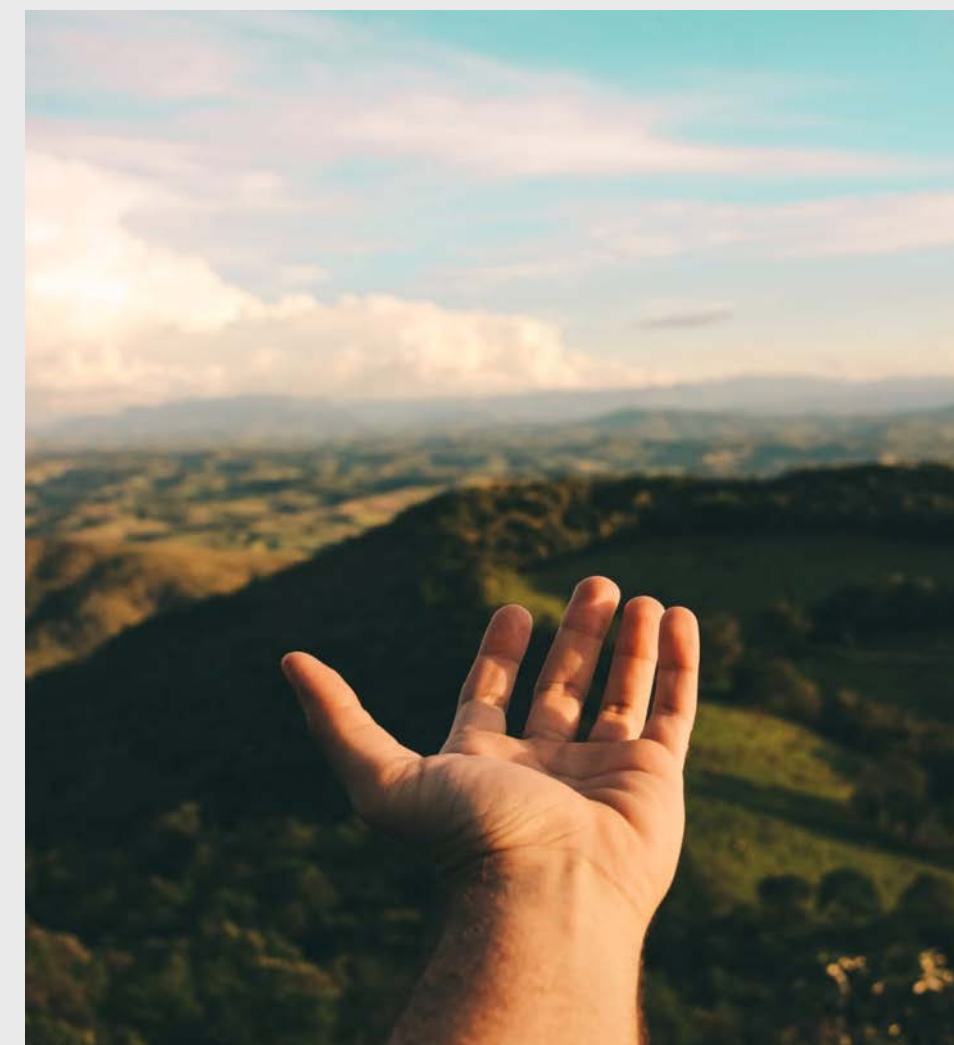
1 - Tecnologia



2 - Benefícios e facilidades



3 - Meio Ambiente



4 - Evolução



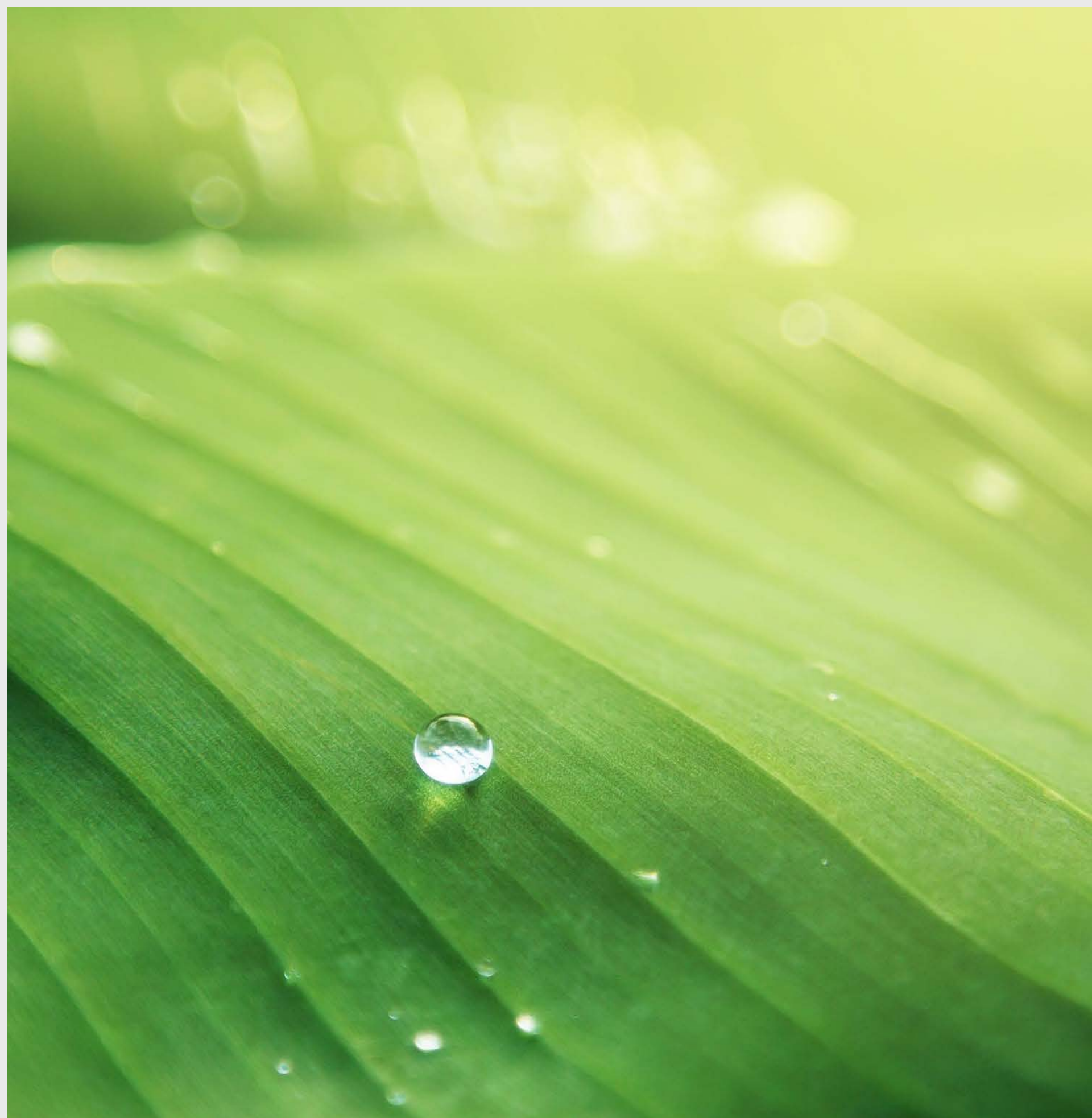




















As imagens apresentadas neste manual são meramente exemplificativas, constituindo meras citações para fins de crítica e comentário, conforme autoriza o Art. 46, Incisos III e VIII, da Lei 9.610/98, visando demonstrar as aplicações recomendáveis para a marca desenvolvida. Nenhum outro uso ou reprodução dessas fotos é aqui autorizado, os quais, se vierem a ocorrer, serão de exclusiva responsabilidade do cliente contratante.

Dúvidas sobre como usar esta marca?  
Contate a Ascom [ascom@corsan.com.br](mailto:ascom@corsan.com.br)

**Versão 01 2021**  
Corsan® todos os direitos reservados.