

**Essa é a **SUA**  
identidade visual.**

Proposta de Identidade Visual

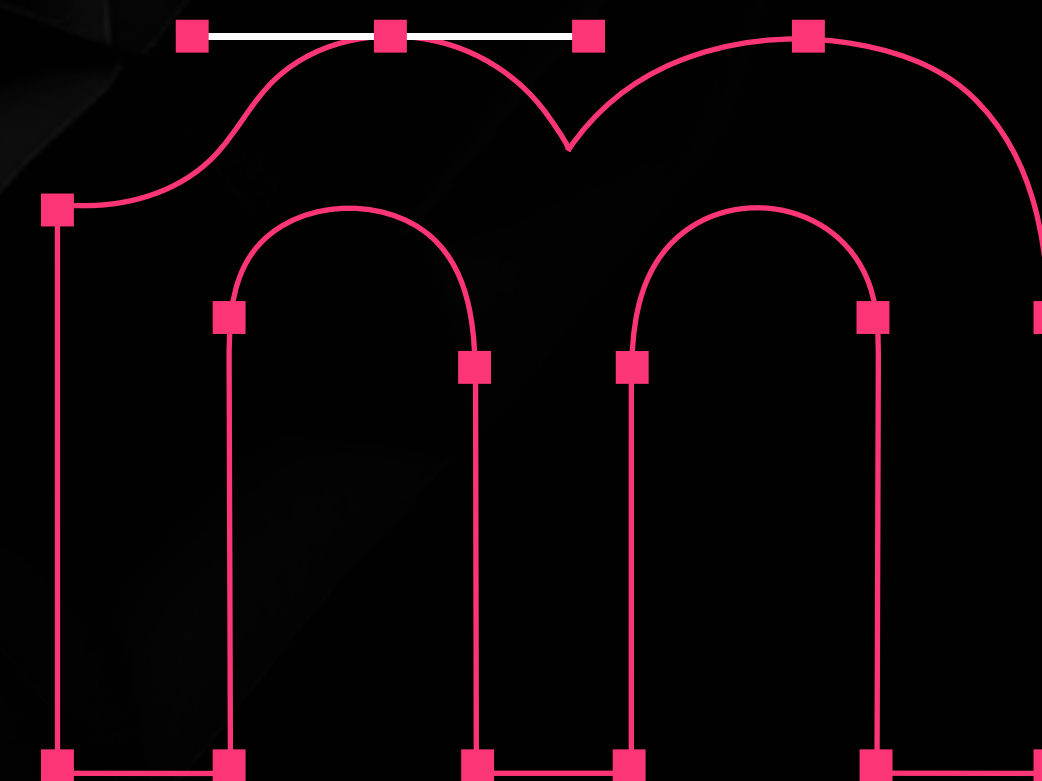
2023



# Identidade Visual

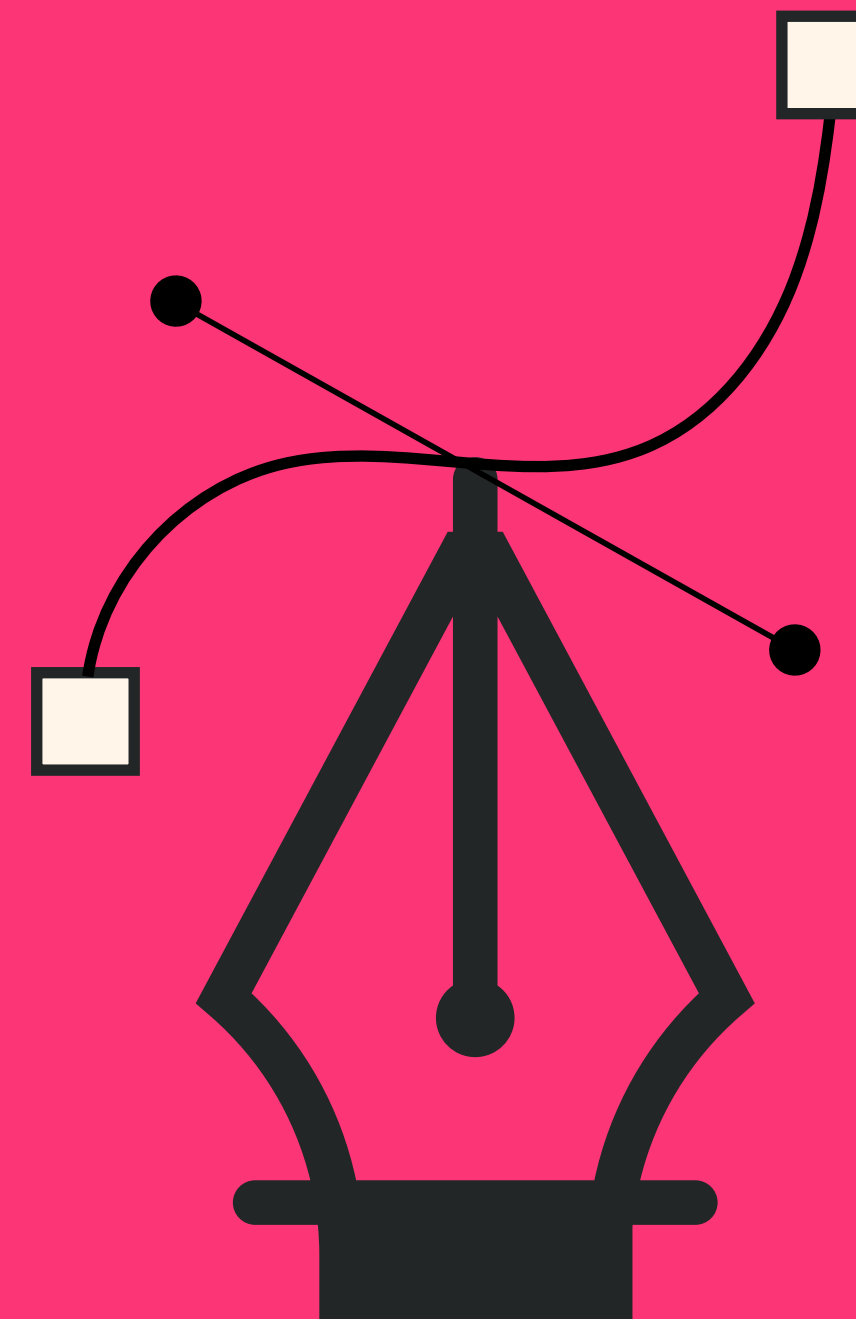
A marca é o bem mais valioso que uma empresa ou uma pessoa pode ter e sua Identidade Visual é responsável por traduzir graficamente toda a essência que ela representa. Uma marca forte necessita de uniformidade e coerência, por isso foram criados padrões que garantem que todos os elementos estejam integrados em todas as manifestações gráficas - que inclui logotipo, tipografia e cores - garantindo uniformidade e harmonia.

O objetivo deste Manual é orientar e facilitar a utilização correta dos elementos que identificam a marca, facilitando a aplicação e, conseqüentemente, a assimilação por parte do público alvo.



**A IDENTIDADE VISUAL É COMPOSTA POR 7 FATORES. SÃO ELES:**

1. PERSONALIDADE
2. CORES
3. TIPOGRAFIA
4. PADRÃO VISUAL
5. FOTOGRAFIA
6. MARCA
7. COMUNICAÇÃO



# 01 - PERSONALIDADE

---



# 02 - CORES

**#EAB363 (Amarelo Tropicália):** O amarelo é uma cor associada à alegria, otimismo e energia. No contexto da marca, ele evoca o calor e a vivacidade dos trópicos, criando uma sensação de felicidade e excitação. Além disso, o amarelo também sugere criatividade e destaque, características importantes para modelos em busca de trabalho.

**#DD6854 (Vermelho Tropicália):** O vermelho é uma cor que representa paixão e vitalidade. Neste contexto, ele reflete a confiança e a determinação que as modelos precisam para ter sucesso em sua busca por empregos. Também adiciona um toque de sensualidade, o que pode ser uma qualidade desejada em muitos campos da modelagem.

**#374756 (Azul Escuro):** O azul escuro é uma cor que transmite profissionalismo, confiabilidade e maturidade. Ele é usado como pano de fundo para equilibrar as cores quentes e vibrantes do amarelo e do vermelho, criando uma sensação de estabilidade e seriedade.

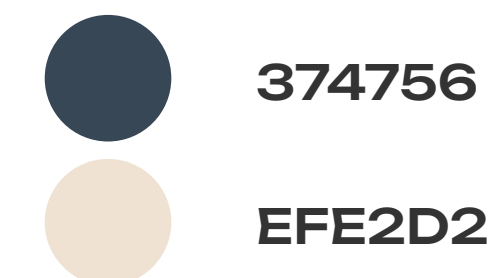
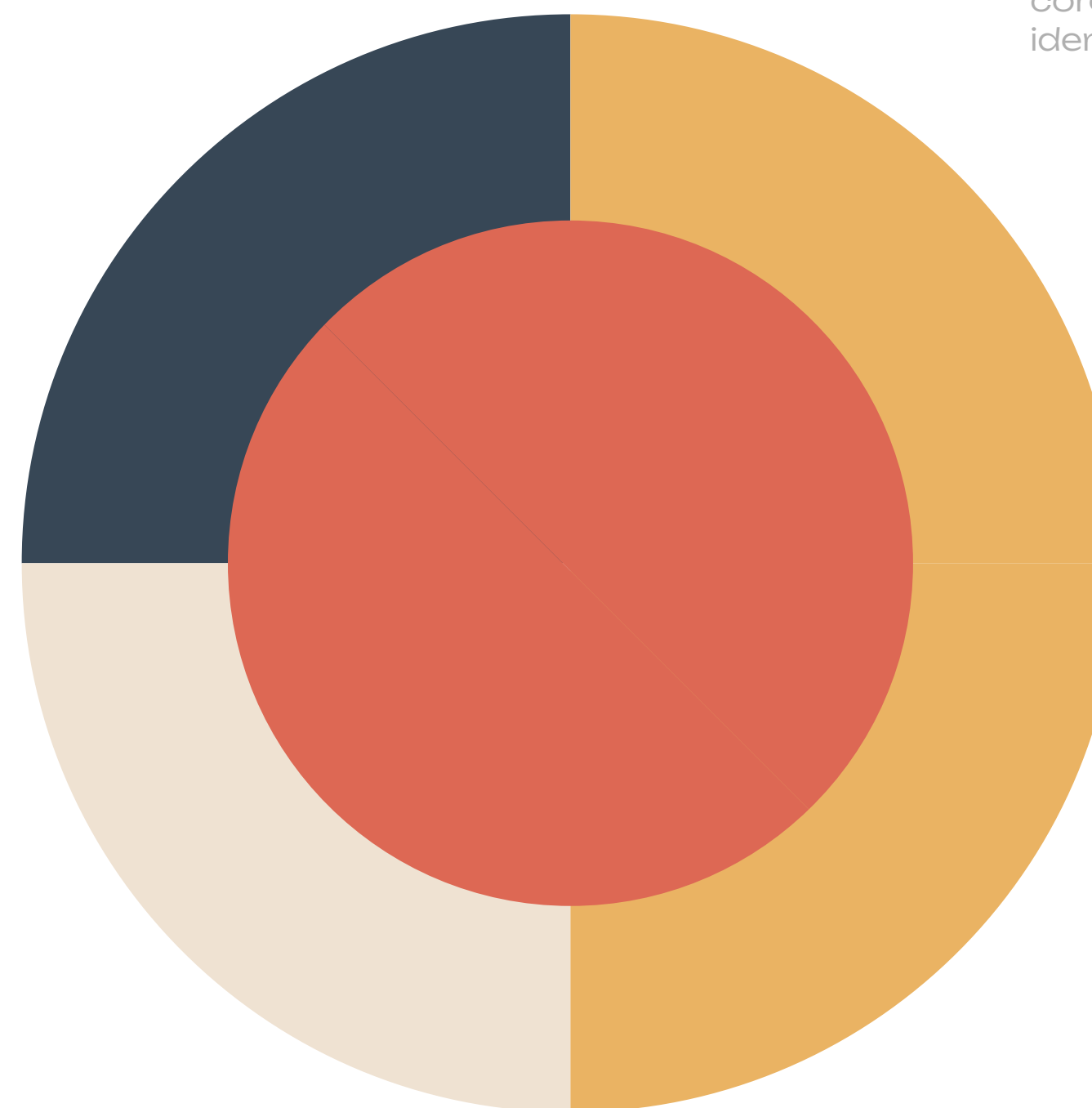
**#EFE2D2 (Bege Claro):** O bege claro traz um elemento de suavidade e acessibilidade à marca. Ajuda a equilibrar a intensidade das cores mais vibrantes e cria um senso de confiabilidade e conforto, que é importante quando se trata de modelos em busca de trabalho.

## CORES PRIMÁRIAS

Serão as cores utilizadas como principais nos projetos visuais, reforçando ainda mais a identidade visual da marca.

## CORES COMPLEMENTARES

Serão as cores utilizadas como coadjuvantes nos projetos visuais, apoiando e complementando as cores primárias e reforçando a identidade visual da marca.



C: 0%    R: 234  
M:24%    G: 179  
Y: 58%    B: 99  
K: 8%

C: 0%    R: 221  
M:53%    G: 104  
Y: 62%    B: 84  
K: 13%

C: 36%    R: 55  
M:17%    G: 71  
Y: 0%    B: 86  
K: 66%

C: 0%    R: 239  
M:5%    G: 226  
Y: 12%    B: 210  
K: 6%

# 03 - TIPOGRAFIA

## HIERARQUIA TIPOGRÁFICA

A tipografia é a voz da marca. Manter um padrão ajuda a reforçar a pregnância da marca na memória do público.

Estabelecemos uma família de fontes para a marca. A ideia é tornar a comunicação dinâmica e diversificada, abrindo um leque de possibilidades e combinações.

A fonte escolhida para compor o projeto é a família de fontes **Baloo 2** que tem de variados pesos para diferenciar para títulos, campanhas e texto.



a A

abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz

abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz

abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz



## 04 - PADRÃO VISUAL

# PATTERN, ÍCONES FILTROS, TUDO ISSO FAZ PARTE DE UM PADRÃO VISUAL.

A marca conta com um padrão visual, cujo objetivo é dar apoio aos materiais da marca.

O material foi inspirado pelas formas e cores trabalhadas na marca, mantendo assim coerência e harmonia visual na linguagem, reforçando a identidade da marca.





# 05 - FOTOGRAFIA

## CLICK!

A fotografia sugere situações que são trabalhadas na comunicação como conceitos ou mensagens que devem ser transmitidas de maneira ilustrativa, humana e pessoal.

A fotografia utilizada na identidade visual remete ao segmento, com imagens que humanizam um atendimento, um serviço e trazem proximidade do cliente com a empresa de forma simples e direta.

Além de ser utilizada em materiais publicitários afim institucional ou promocional, a fotografia faz parte de um todo e vende a ideia do produto com emoção e expressão.



**A SUA MARCA...**



**Tropical  
Models**

## O CONCEITO

### **Tipografia:**

A escolha de uma tipografia orgânica e irregular para o nome da marca, com folhas de coqueiro no topo da letra "T," reflete a natureza descontraída e natural do ambiente tropical. Ela evoca uma sensação de autenticidade e originalidade, elementos cruciais em uma indústria onde a individualidade e a autenticidade são valorizadas. Além disso, a irregularidade na tipografia também sugere diversidade, mostrando que o site é inclusivo e acolhedor para modelos de diferentes origens e estilos.

### **Formas:**

A inclusão das folhas de coqueiro no topo da letra "T" adiciona uma forma orgânica que lembra a natureza tropical. Essa forma arredondada e fluida contrasta com as bordas mais nítidas das letras, criando uma harmonia visual. A forma também simboliza crescimento e renovação, uma metáfora adequada para modelos em busca de oportunidades e crescimento em suas carreiras.



 **Tropical**  
Models

 **Tropical**  
Models



 **Tropical**  
**Models**

# 07 - COMUNICAÇÃO

---

## APLICAÇÕES & SUGESTÕES DE USO

A seguir disponibilizamos algumas imagens de aplicações e sugestões de uso do projeto de identidade visual.

Elas servem para dar um direcionamento de como pensamos que esse projeto poderá ser utilizado no dia a dia da marca.

Lembrando que as peças aqui expostas serão um exemplo de aplicação, não necessariamente é obrigatória o uso das mesmas.





Tropical  
Models







 **Tropical**  
**Models**



**Tropical Models**

@tropicalmodels





Tropical Models



Tropical Models



Tropical Models







Tropical

Models









[www.tropicalmodels.com.br](http://www.tropicalmodels.com.br)

Descubra oportunidades  
além dos horizontes  
convencionais com a  
Tropical Models

 **Tropical  
Models**





 Tropical  
Models



An advertisement for Tropical Models. The main image shows a woman with long brown hair, wearing a purple lace bra, purple lace underwear, and dark stockings. She is standing in profile, looking down, against a background of white curtains. To her right is a large, stylized yellow leaf graphic. At the bottom of the advertisement, there is a dark blue banner with the Tropical Models logo and website address.

**Tropical Models**

[www.tropicalmodels.com.br](http://www.tropicalmodels.com.br)





[www.tropicalmodels.com.br](http://www.tropicalmodels.com.br)

 **Tropical**  
Models





# VERSÕES DA MARCA

## SUA MARCA É DINÂMICA

Para proporcionar mais flexibilidade nas aplicações, o logotipo possui algumas versões, são elas:

Horizontal 01



Horizontal 02



Isotipo/Redução

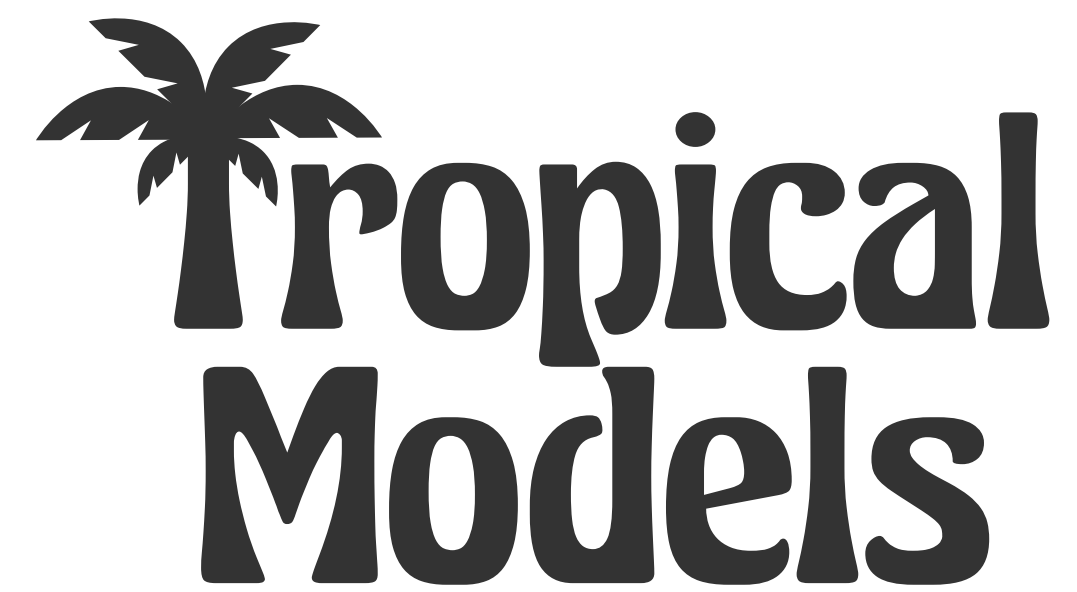


# POSITIVO E NEGATIVO

**PRETO NO  
BRANCO,  
BRANCO NO  
PRETO.**

É importante manter as cores institucionais da marca, mas caso ocorram limitações que impeçam as cores de serem reproduzidas, o logotipo pode ser aplicado em positivo ou negativo.

Positivo



Negativo





# USOS INCORRETOS

## SUA MARCA TEM A MANEIRA CERTA DE SER UTILIZADA.

A fim de manter a identidade da marca, o logotipo nunca deverá ser alterado, seja nas suas cores, diagramação ou proporções.

Verifique os usos incorretos da marca e compare com a versão correta.

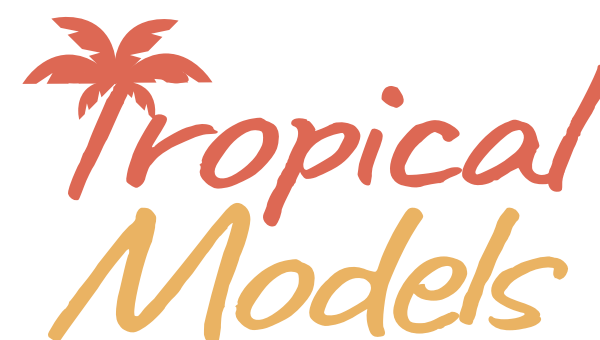
✓ CORRETO



✗ FORAM USADAS CORES NÃO INSTITUCIONAIS



✗ FOI ALTERADA A PROPORÇÃO ENTRE OS ELEMENTOS.



✗ FOI ALTERADA A TIPOGRAFIA



✗ O LOGO FOI DEFORMADO

# UTILIZAÇÃO DOS ARQUIVOS

## **RGB**

Devem ser usados quando o objetivo é a leitura em telas de dispositivos eletrônicos, como sites, redes sociais, vídeos, etc.

## **CMYK**

Devem ser usados quando o objetivo final é impressão.

## **NEGATIVO / POSITIVO**

Para usos específicos. Utilize apenas quando seu fornecedor pedir.



**Lemund**  
marketing