GUIA BÁSICO CAIXA



BEM-VINDO!
ESTE É O GUIA BÁSICO DE APLICAÇÃO DA MARCA CAIXA.

Aqui, você encontrará todas as informações e ferramentas necessárias para entender a aplicação da nossa linguagem visual na prática.

Este guia foi criado para ajudá-lo a traduzir nosso propósito, diferenciais e visão de mundo em cada oportunidade de comunicação e interação com o público.

CONCEITO

Nossa marca é contemporânea e integrada, além de carregar significados simbólicos para a nossa trajetória.

O encontro entre estruturar e realizar, presente em toda a nossa história, está expresso nas duas hastes principais que constroem o "X" . De um lado, a solidez de quem possui um legado a honrar; de outro, a realização que acompanha o sonho de cada brasileiro.

MARCA

Com um desenho tipográfico proprietário, o logo da Caixa traz caracteres de estrutura sólida que são modulados por cantos arredondados, criando um equilíbrio entre força institucional e acessibilidade.



MARCA
ÁREA DE PROTEÇÃO

Para garantir legibilidade e presença em qualquer contexto, o logo da Caixa deve sempre respeitar sua área de proteção. Nenhum elemento gráfico ou textual deve invadir esse espaço.

A medida é definida a partir da própria construção da marca: a espessura do traço na base da letra “i” funciona como módulo de referência.

Esse respiro assegura clareza e preserva a integridade visual do logo em todas as aplicações.



MARCA
REDUÇÃO MÁXIMA

A redução máxima do logo e do elemento-síntese é definida pelas proporções indicadas ao lado.

Esse parâmetro evita a perda de definição e mantém a visibilidade da marca em qualquer escala.



IMPRESSO
6,5mm de altura

DIGITAL
18px de altura



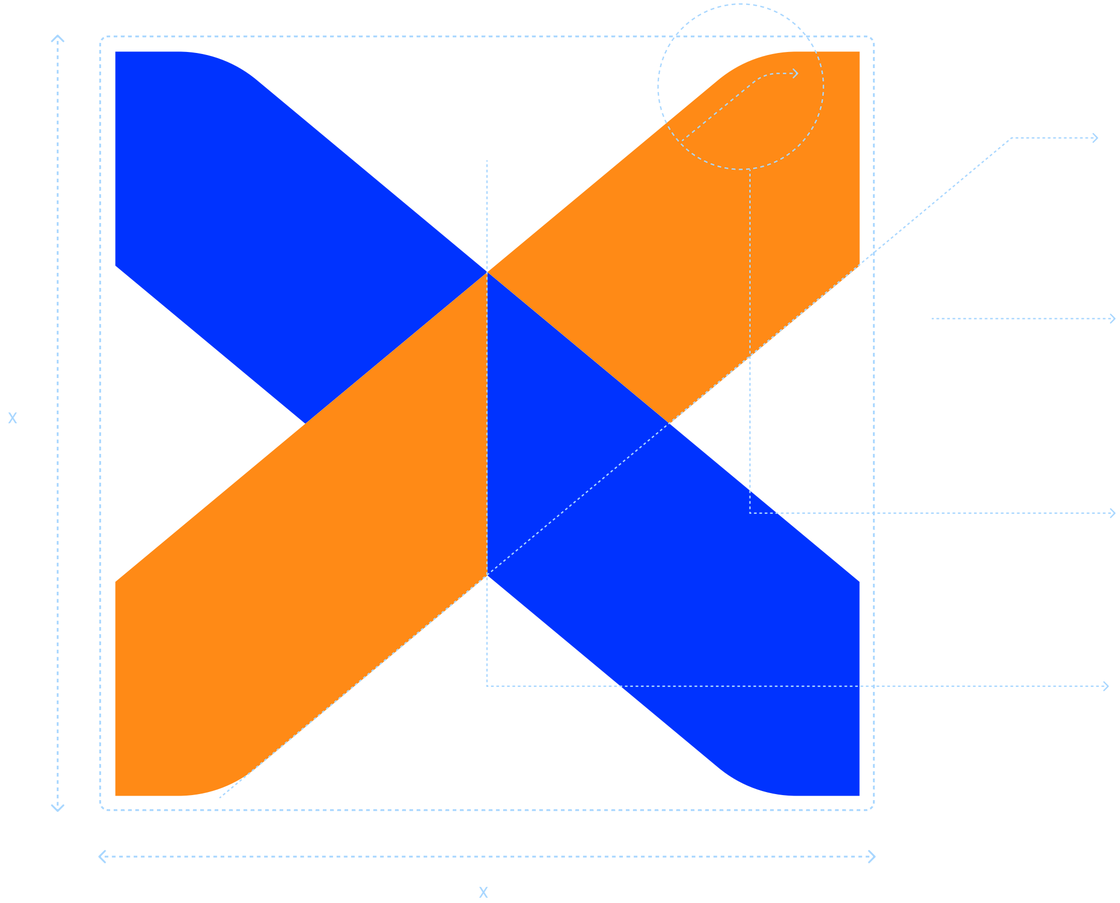
IMPRESSO
6,5mm de altura

DIGITAL
18px de altura

ELEMENTO-SÍNTESE

Nosso elemento-síntese evolui para uma construção mais contemporânea e integrada, ampliando sua carga simbólica dentro do sistema da marca.

O “X” é formado pelo encontro de duas hastes que traduzem essa dualidade: de um lado, a estrutura de quem carrega um legado; do outro, o movimento de quem viabiliza realizações.



LUGAR DE ENCONTROS

As áreas em laranja e azul passam a se encontrar de forma mais direta, materializando o ponto de convergência entre estrutura e realização. Um gesto que se aproxima da trajetória de cada brasileiro.

UMA NOVA PROPORÇÃO

O elemento-síntese adota proporção 1:1. Uma relação mais estável, que otimiza sua aplicação nos ambientes digitais e físicos.

MAIS PRÓXIMA

As quinas suavizadas trazem leveza ao elemento. A forma se torna mais fluida, sem perder sua estrutura.

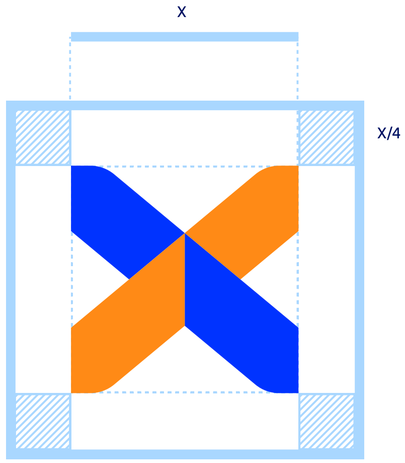
ESTRUTURANTE

O eixo central orienta a construção do elemento-síntese. Uma base mais sólida, que amplia sua consistência visual.

ÁREA DE PROTEÇÃO DO ELEMENTO-SÍNTESE

Para garantir legibilidade e presença em qualquer contexto, o símbolo da Caixa deve respeitar sua área de proteção. Nenhum elemento gráfico ou textual deve invadir esse espaço.

A medida é definida a partir do próprio módulo do símbolo: 1/4 do tamanho do “X” estabelece a área mínima de respiro.



VERSÃO SIMULAÇÃO DE RETÍCULA

A versão com simulação de retícula é prevista quando não for possível imprimir em policromia ou aplicar retícula real.

A prioridade é a aplicação em Azul Caixa. Caso inviável, aplique a marca em preto ou na cor de impressão disponível.

CORES DA MARCA

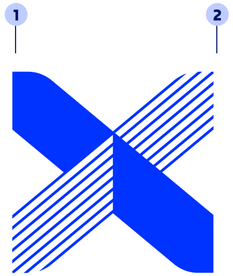
- 1 - Azul 100%
- 2 - Azul 100% (retícula)
- 3 - Branco 100%
- 4 - Branco 100% (retícula)

Atenção:
uso restrito

Não é permitida a utilização desta versão sem a autorização prévia da Gerência Nacional de Comunicação.

O elemento-síntese não deve ser reproduzido. Deve-se utilizar os arquivos originais fornecidos.

POSITIVA



NEGATIVA



ÍCONE DE APLICATIVOS

Os ícones de aplicativo seguem rigorosamente os sistemas de grid definidos pelas plataformas iOS e Android.

No ambiente iOS, a construção respeita o icon grid baseado em superelipse (squircle), considerando a área ativa, as margens internas e o raio de canto definidos pela Apple.

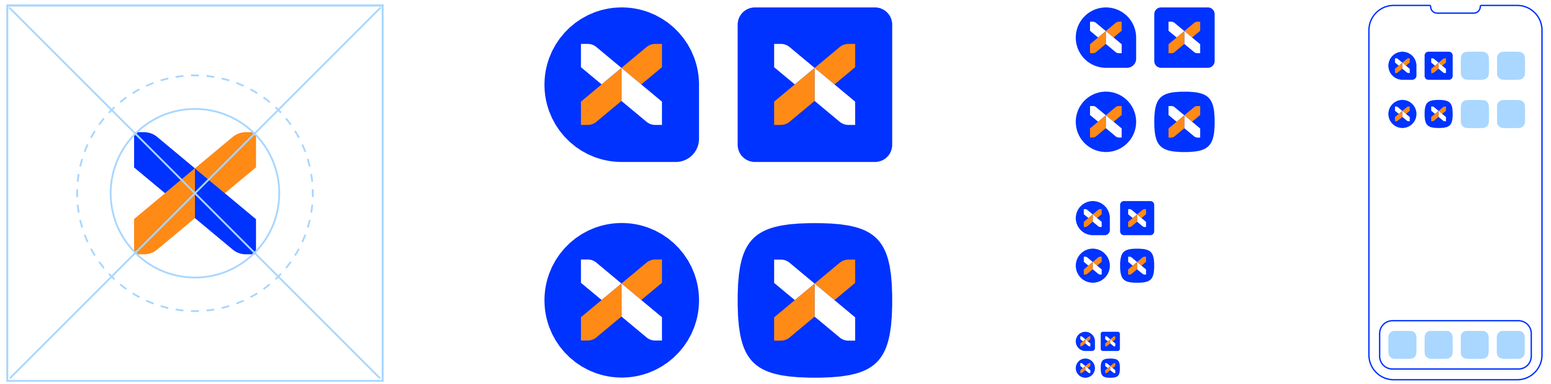
Para Android, os ícones são desenvolvidos conforme as diretrizes de *Adaptive Icons* do Google, contemplando as camadas de *foreground* e *background*, além da safe zone e das áreas de máscara variáveis por dispositivo.

Esses parâmetros garantem consistência de renderização, alinhamento óptico e compatibilidade entre diferentes resoluções e contextos de uso.

GRID DE ÍCONES PARA SISTEMA IOS



GRID DE ÍCONES PARA SISTEMA ANDROID



LOGO
VERSÃO COLORIDA

O logo da Caixa possui duas versões cromáticas complementares:

A positiva, em azul sobre branco, é prioritária para superfícies claras.
A negativa, em branco sobre azul, atende a fundos escuros e amplia o contraste.

As duas variações preservam a legibilidade e a integridade da marca.

POSITIVA

NEGATIVA

LOGO
VERSÃO MONO

A marca possui versões monocromáticas nas cores azul e branco, destinadas exclusivamente a aplicações com limitação cromática.

A escolha entre azul ou branco deve sempre considerar o contraste com o fundo, garantindo legibilidade e preservação da integridade visual da marca.

CORES DA MARCA

- 1 - Azul 100%
- 2 - Azul 50% (retícula)
- 3 - Branco 100%
- 4 - Branco 50% (retícula)

POSITIVA



NEGATIVA



LOGO
VERSÃO MONO P&B

As versões em preto e branco são previstas para situações técnicas de impressão monocromática.

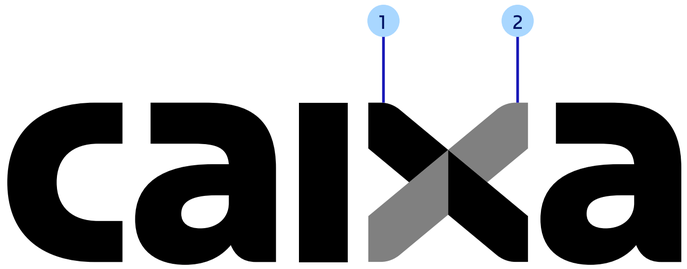
Sua aplicação deve ocorrer apenas nesses cenários, não substituindo as versões cromáticas padrão.

A definição entre preto e branco deve ser orientada pelo contraste disponível, assegurando a leitura adequada.

CORES DA MARCA

- 1 - Preto 100%
- 2 - Preto 50% (retícula)
- 3 - Branco 100%
- 4 - Branco 50% (retícula)

POSITIVA



NEGATIVA

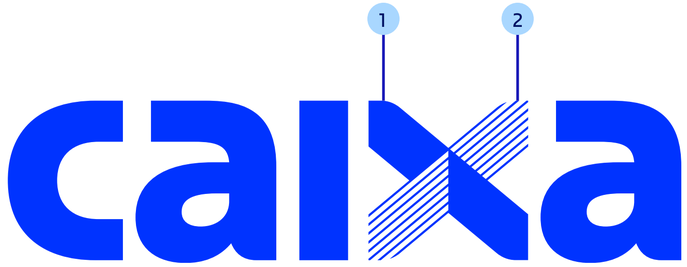


LOGO
VERSÃO SIMULAÇÃO DE RETÍCULA

A versão com simulação de retícula é prevista quando não for possível imprimir em policromia ou aplicar retícula real.

A prioridade é a aplicação em Azul Caixa. Caso seja inviável, aplique a marca em preto ou na cor de impressão disponível.

POSITIVA



NEGATIVA



CORES DA MARCA

- 1 - Azul 100%
- 2 - Azul 100% (retícula)
- 3 - Branco 100%
- 4 - Branco 100% (retícula)

Atenção:
uso restrito

Não é permitida a utilização desta versão sem a autorização prévia da área responsável pela identidade corporativa da Caixa.

A marca não deve ser reproduzida.
Deve-se utilizar os arquivos originais fornecidos.

LOGO
VERSÃO TRAÇO

A versão traço é prevista quando não for possível imprimir em policromia ou em retícula.

A prioridade é a aplicação em Azul Caixa.
Caso seja inviável, aplique a marca em preto ou na cor disponível para impressão.

POSITIVA



NEGATIVA



Atenção:
uso restrito

Não é permitida a utilização desta versão sem a autorização prévia da área responsável pela identidade corporativa da Caixa.

A marca não deve ser reproduzida.
Deve-se utilizar os arquivos originais fornecidos.

LOGO
VERSÃO COM TAGLINE

O esquemático ao lado deve ser utilizado sempre que for necessário aplicar a tagline junto à marca.

A medida é definida a partir do valor de Y, que determina o espaçamento entre o logo da Caixa e a tagline, bem como a altura da fonte, que deve ser aplicada sempre em Azul institucional, na fonte Caixa Display Bold, e centralizada na composição.

Além disso, a redução máxima é ajustada para garantir a melhor legibilidade da marca.

COMPOSIÇÃO



REDUÇÃO MÁXIMA



POSITIVA



NEGATIVA



LOGO
SOBRE CORES

O logo da Caixa deve ser aplicado preferencialmente em sua versão positiva (azul) sobre branco ou negativa (branca) sobre fundo de cor. Essa escolha garante contraste adequado e preserva a legibilidade em qualquer contexto.

Ao lado, estão exemplos de aplicação sobre as cores da paleta oficial. Cada combinação respeita os critérios de contraste e mantém a consistência visual da marca.







APLICAÇÃO SOBRE CORES

Os exemplos ao lado mostram como escolher a melhor versão do logo para aplicação sobre cores, considerando o contraste e a legibilidade em relação ao fundo.



Preferencialmente, aplique a versão principal (em cores) do logo sobre o azul institucional ou sobre o branco.

Quando for necessário aplicar o logo sobre outros tons, utilize a versão que melhor garanta a legibilidade, priorizando a versão principal da marca.

Em casos em que a versão principal do logo não funcione devido ao pouco contraste visual com o fundo, prefira as versões monocromáticas em azul ou branco.

APLICAÇÃO SOBRE IMAGENS

Em fundos fotográficos, a marca Caixa deve ser posicionada em áreas que assegurem legibilidade. O contraste com o fundo orienta essa decisão.

As aplicações ao lado ilustram possibilidades de uso, auxiliando na construção de peças com consistência visual.





Para fundos escuros, utilize a versão negativa da marca, garantindo visibilidade e consistência.

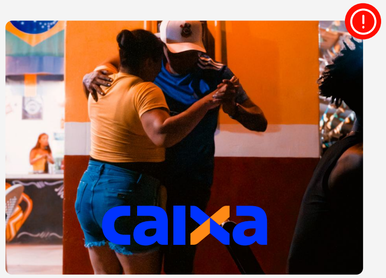
Quando necessário, ajuste o contraste da imagem para preservar a legibilidade.



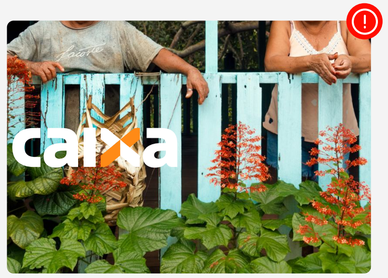


Em fotos com fundo claro, use a versão positiva em cores. Essa aplicação garante consistência visual e reforça a identidade da marca.

Sempre avalie o contraste com a imagem. Se necessário, ajuste o tom ou a luminosidade da foto para preservar a legibilidade.







Fique atento a esses usos

Evite aplicar a marca sobre áreas de alto ruído ou elementos centrais da imagem. A marca não deve competir com o conteúdo visual.

Sempre priorize regiões com contraste adequado e composição limpa, garantindo legibilidade e consistência nas aplicações.

Atenção:
As fotografias deste guia têm fins ilustrativos e não possuem autorização para uso em materiais de comunicação externa.

LOGO E ELEMENTO-SÍNTESE USOS INCORRETOS

A consistência da marca Caixa depende do uso correto de seus elementos. Alterações na sua aplicação comprometem a legibilidade e o reconhecimento.

Os exemplos ao lado indicam práticas que não devem ser realizadas. Seguir essas diretrizes mantém a integridade visual da marca.



Não aplicar em outline.



Não rotacionar.



Não distorcer.



Não inverter as cores Caixa.



Não alterar a tipografia.



Não alterar as cores originais.



Não aplicar com opacidade muito reduzida.



Não alterar o espaçamento entre letras.



Não aplicar sobre cores que gerem baixo contraste visual.



Não aplicar sobre imagens que gerem baixa legibilidade.



Não sangrar a marca.



Não aplicar em uma única cor.



Não usar a marca com textos corridos.



Não altere as cores originais do elemento-síntese em situações onde ele é utilizado como assinatura de marca.



Não utilize imagens ou texturas no elemento-síntese em situações onde ele é utilizado como assinatura de marca.

02. Cores

AZUL CAIXA

O azul é a cor institucional da marca e carrega um tom profundo e vibrante. Essa tonalidade potencializa sua performance em telas e fortalece a presença da Caixa no ambiente digital.

CORES INSTITUCIONAIS

A paleta institucional da Caixa é composta por tons de azul e laranja, com protagonismo do azul e do branco.

São essas cores que garantem o reconhecimento e a consistência da identidade visual da Caixa na maioria dos pontos de contato.

R 0
G 51
B 255

PANTONE 2935C

C 100
M 52
Y 0
K 0

0033FF

R 255
G 255
B 255

PANTONE
OPAQUE WHITE

C 0
M 0
Y 0
K 0

FFFFFF

R 255
G 138
B 22

PANTONE 2018C

C 0
M 60
Y 100
K 0

FF8A16

CORES PARA AMBIENTE DIGITAL

As gradações de azul e laranja ampliam a atuação da paleta no ambiente digital. Organizadas em diferentes níveis de intensidade, permitem construir hierarquia, profundidade e estados de interface.

Essas variações são fundamentais para orientar desde fundos até elementos interativos, sempre mantendo a consistência cromática.

Light

000000
7A3300
943E00
AD4800
C75300
D85B03
EB6A00
FF7B00
FF8A16
FF9A2E
FFA743
FFB45E
FEC07A
FFD5A6
FFEAD1
FFFFFF

Dark

000000
702F00
873800
BA4E00
CF5600
F06503
F76F00
FF7B00
FF850D
FF911C
FFAA4A
FFBC70
FECE98
FFDBB2
FFE7CC
FFFFFF

Light

000000
000C40
001364
00188F
001FBB
0028DB
0033FF
1251FF
266EFF
3888FF
5EA7FF
85C0FF
A9D7FF
C4E4FF
E0F1FF
FFFFFF

Dark

000000
001366
001880
001DAB
0021C4
0029E0
0033FF
0A4BFF
3378FF
5C9DFF
70B1FF
85C0FF
9ED2FF
B5DEFF
CCE8FF
FFFFFF

PALETA INSTITUCIONAL EXPANDIDA

Os tons da marca são desdobrados em uma paleta expandida, com variações controladas de azul e laranja. Cada cor é definida com precisão para garantir coerência entre diferentes aplicações.

Essa organização oferece flexibilidade ao sistema, preservando a consistência visual da marca.

R 0 G 51 B 255			PANTONE 2935C
C 100 M 52 Y 0 K 0			# 0033FF
R 255 G 138 B 22			PANTONE 2018 C
C 0 M 60 Y 100 K 0			# FF8A16
C 34 M 0 Y 07 K 0	R 169 G 215 B 255		PANTONE 635 C
			# A9D7FF
C 0 M 29 Y 58 K 0	R 254 G 192 B 122		PANTONE 149 C
			# FEC07A
C 75 M 35 Y 0 K 0	R 0 G 128 B 255		PANTONE 279 C
			# 0080FF
C 0 M 35 Y 75 K 0	R 255 G 167 B 67		PANTONE 1365 C
			# FFA743
C 100 M 71 Y 0 K 2	R 0 G 31 B 187		PANTONE 286 C
			# 001FBB
C 00 M 75 Y 100 K 05	R 227 G 100 B 13		PANTONE 6021 C
			# E3650D
C 100 M 90 Y 10 K 40	R 0 G 19 B 100		PANTONE 2758 C
			# 001364
C 00 M 75 Y 100 K 35	R 174 G 66 B 1		PANTONE 2021 C
			#AE4201

PALETA SECUNDÁRIA

A paleta secundária introduz novas possibilidades de cor dentro do sistema da marca. Ela atua como suporte, adicionando variedade e diversidade à paleta principal.

Seu uso deve ser controlado, sempre em equilíbrio com as cores institucionais.

R	G	B	PANTONE	C	M	Y	K	#
00	182	46	PANTONE 2271 C	85	0	100	0	# 00B62E
130	218	211	PANTONE 7471 C	47	0	22	0	# 82DAD3
173	116	239	PANTONE 528 C	32	55	0	0	# AD74EF
242	90	148	PANTONE 2038 C	0	80	0	0	# F25A94
255	215	70	PANTONE 122 C	0	17	85	0	# FFD746
32	105	70	PANTONE 7734 C	77	0	87	52	# 206946
16	53	66	PANTONE 2217 C	96	26	35	76	# 103542
47	12	61	PANTONE 2695 C	89	100	0	58	# 2F0C3D
98	5	55	PANTONE 2357 C	26	100	0	57	# 620537
150	130	56	PANTONE 7768 C	35	35	85	22	# 968238

CONTRASTES PARA ACESSIBILIDADE

As cores institucionais da Caixa são testadas em relação ao branco e ao azul escuro, com coeficientes de contraste calculados com base nas diretrizes WCAG.

Essas referências orientam o uso correto das cores principais, garantindo legibilidade e consistência em ambientes digitais.

Para garantir acessibilidade, apenas combinações com nível mínimo de 3:1 devem ser utilizadas.

1.52:1	3.49:1	1.52:1	10.85:1	1.61:1	10.21:1
AA	AA	AA	AAA	AA	AAA
Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande
Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno
Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface
10.85:1	10.97:1	3.49:1	4.71:1	1.93:1	8.50:1
AAA	AAA	AA	AA	AA	AAA
Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande
Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno
Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface
16.44:1	1.61:1	7.20:1	2.28:1	2.36:1	6.97:1
AAA	AA	AAA	AA	AA	AA
Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande
Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno
Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface
1.93:1	2.36:1	10.97:1	1.50:1	2.60:1	6.33:1
AA	AA	AAA	AA	AA	AA
Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande
Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno
Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface
2.60:1	3.88:1	16.44:1	2.28:1	3.88:1	4.24:1
AA	AA	AAA	AA	AA	AA
Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande
Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno
Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface

CONTRASTES PARA ACESSIBILIDADE COM A PALETA SECUNDÁRIA

As cores da paleta secundária são avaliadas em contraste com branco e azul escuro, seguindo coeficientes definidos pelas diretrizes WCAG.

Os exemplos apresentados ao lado orientam o uso dessas cores, assegurando leitura clara e coerência com o sistema da marca.

Para garantir acessibilidade, apenas combinações com nível mínimo de 3:1 devem ser utilizadas.

2.72:1	2.72:1	6.05:1	6.62:1	6.62:1	2.48:1
AA	AA	AAA	AAA	AAA	AA
Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande
Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno
Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface
1.63:1	1.63:1	10.11:1	13.04:1	13.04:1	1.26:1
AA	AA	AAA	AAA	AAA	AA
Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande
Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno
Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface
3.22:1	3.22:1	5.11:1	16.92:1	16.92:1	1.03:1
AA	AA	AAA	AAA	AAA	AA
Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande
Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno
Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface
3.15:1	3.15:1	5.22:1	6.62:1	13.16:1	1.25:1
AA	AA	AAA	AAA	AAA	AA
Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande
Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno
Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface
1.39:1	1.39:1	11.79:1	3.79:1	6.62:1	4.34:1
AA	AA	AAA	AA	AA	AA
Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande	Texto grande
Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno	Texto pequeno
Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface	Componentes de Interface

CONTRASTES PARA ACESSIBILIDADE COM O AZUL

Todas as cores do sistema são testadas em contraste com o azul principal da Caixa, com coeficientes baseados nas diretrizes WCAG.

Essas relações orientam o uso conjunto das cores, garantindo acessibilidade e consistência nas aplicações digitais.

Para garantir acessibilidade, apenas combinações com nível mínimo de 3:1 devem ser utilizadas.



CORES
RGB

As cores em RGB devem ser utilizadas em ambientes digitais, como telas, apresentações, interfaces, vídeos e redes sociais. Esse sistema garante maior fidelidade cromática em aplicações luminosas e deve ser priorizado em todos os pontos de contato digitais.

R 169
G 215
B 255
A9D7FF

R 254
G 192
B 122
FEC07A

R 00
G 128
B 255
#0080FF

R 255
G 167
B 67
FFA743

R 0
G 51
B 255
0033FF

R 255
G 138
B 22
FF8A16

R 0
G 31
B 187
001FBB

R 227
G 101
B 13
E3650D

R 0
G 19
B 100
001364

R 174
G 66
B 1
AE4201

R 255
G 255
B 255
FFFFFF

R 00
G 182
B 46
00B62E

R 130
G 218
B 211
82DAD3

R 173
G 116
B 239
AD74EF

R 242
G 90
B 148
F25A94

R 255
G 215
B 70
FFD746

R 32
G 105
B 70
206946

R 16
G 53
B 66
103542

R 47
G 12
B 61
2F0C3D

R 98
G 5
B 55
620537

R 150
G 130
B 56
968238

CORES PANTONE

As cores Pantone devem ser utilizadas como referência técnica para impressões especiais e controle cromático mais preciso.

A visualização em tela é apenas uma prévia, pois os códigos Pantone correspondem a cores físicas impressas em substratos específicos.

PANTONE 635 C

PANTONE 149 C

PANTONE 279 C

PANTONE 1365 C

PANTONE 2935C

PANTONE 2018 C

PANTONE 286 C

PANTONE 6021 C

PANTONE 2758 C

PANTONE 2021 C

PANTONE
OPAQUE WHITE

PANTONE 2271 C

PANTONE 7471 C

PANTONE 528 C

PANTONE 2038 C

PANTONE 122 C

PANTONE 7734 C

PANTONE 2217 C

PANTONE 2695 C

PANTONE 2357 C

PANTONE 7768 C

CORES
CMYK

As cores em CMYK devem ser utilizadas em materiais impressos de produção gráfica convencional.

A visualização em tela é apenas uma prévia aproximada, pois o resultado final depende do substrato, do processo de impressão e da calibração dos equipamentos.

C 34 M 0 Y 07 K 0	C 0 M 29 Y 58 K 0
C 75 M 35 Y 0 K 0	C 0 M 35 Y 75 K 0
C 100 M 52 Y 0 K 0	C 0 M 60 Y 100 K 0
C 100 M 71 Y 0 K 2	C 00 M 75 Y 100 K 05
C 100 M 90 Y 10 K 40	C 00 M 75 Y 100 K 35
C 0 M 0 Y 0 K 0	

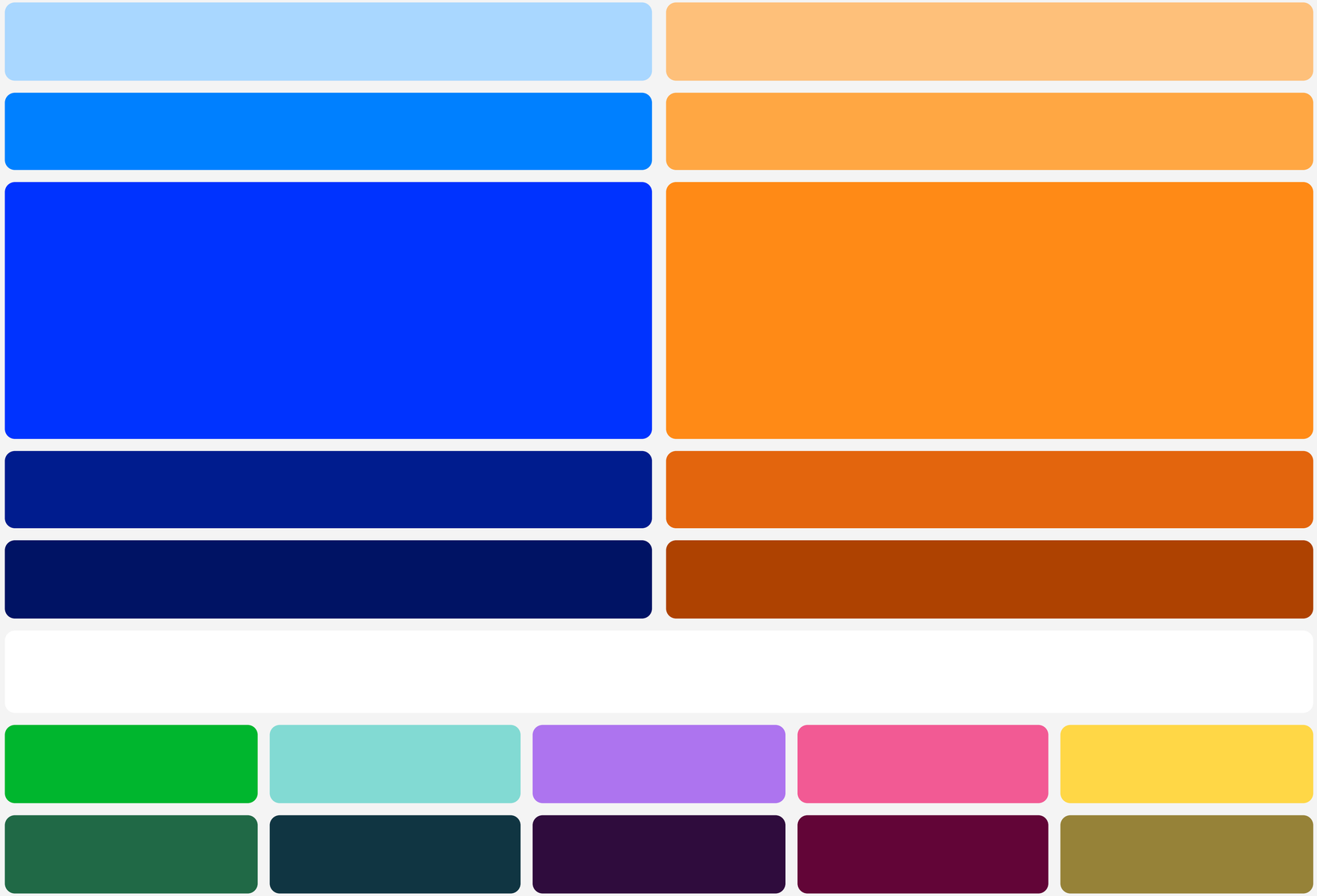
C 85 M 0 Y 100 K 0	C 47 M 0 Y 22 K 0	C 32 M 55 Y 0 K 0	C 0 M 80 Y 0 K 0	C 0 M 17 Y 85 K 0
C 77 M 0 Y 87 K 52	C 96 M 26 Y 35 K 76	C 89 M 100 Y 0 K 58	C 26 M 100 Y 0 K 57	C 35 M 35 Y 85 K 22

PALETA COMPLETA

A distribuição de cores nas peças deve seguir critérios de proporção definidos pelo sistema da marca.

Para comunicações institucionais, o azul é dominante e deve representar ao menos 70% da área visual. O laranja e o branco funcionam como elementos de contraste e apoio.

Em peças de campanha, a proporção do azul pode ser reduzida, respeitando o mínimo de 50% da composição. As cores secundárias passam a ter maior presença, sempre subordinadas à base institucional.



03. Tipografia

TIPOGRAFIA

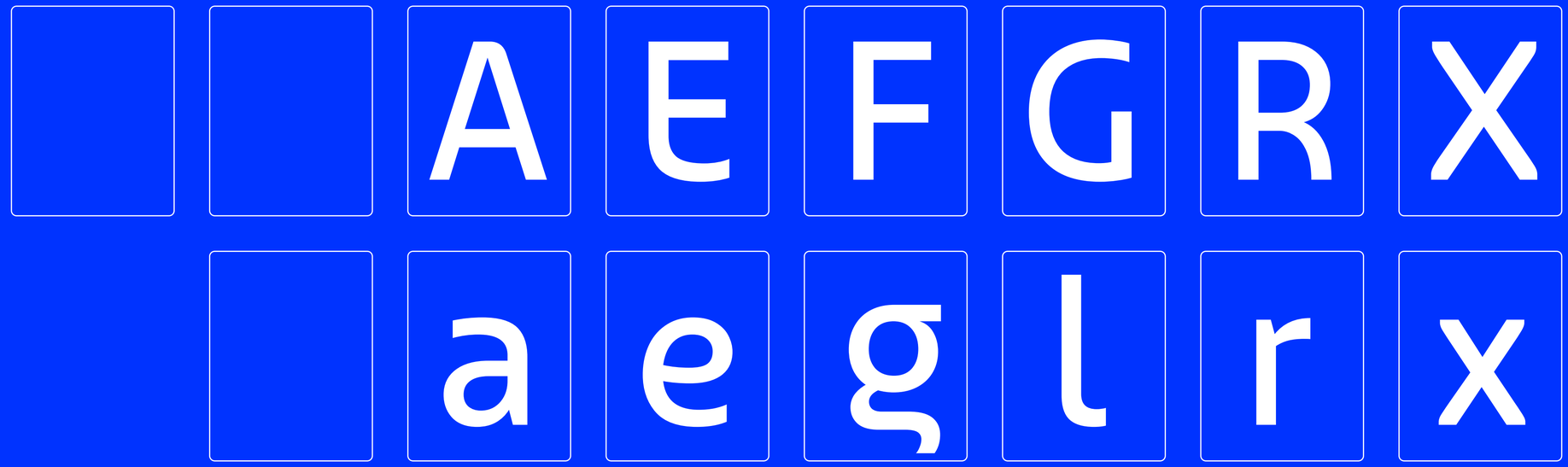
A Caixa Text e Display estruturam a linguagem tipográfica da Caixa. Uma fonte proprietária, desenhada para operar como sistema: clara na leitura, precisa na construção e expressiva quando necessário.

A partir de uma base estável, a família se expande para diferentes usos, organizando a comunicação da marca com unidade e controle.

Caixa
AaBbCc
&?!,123

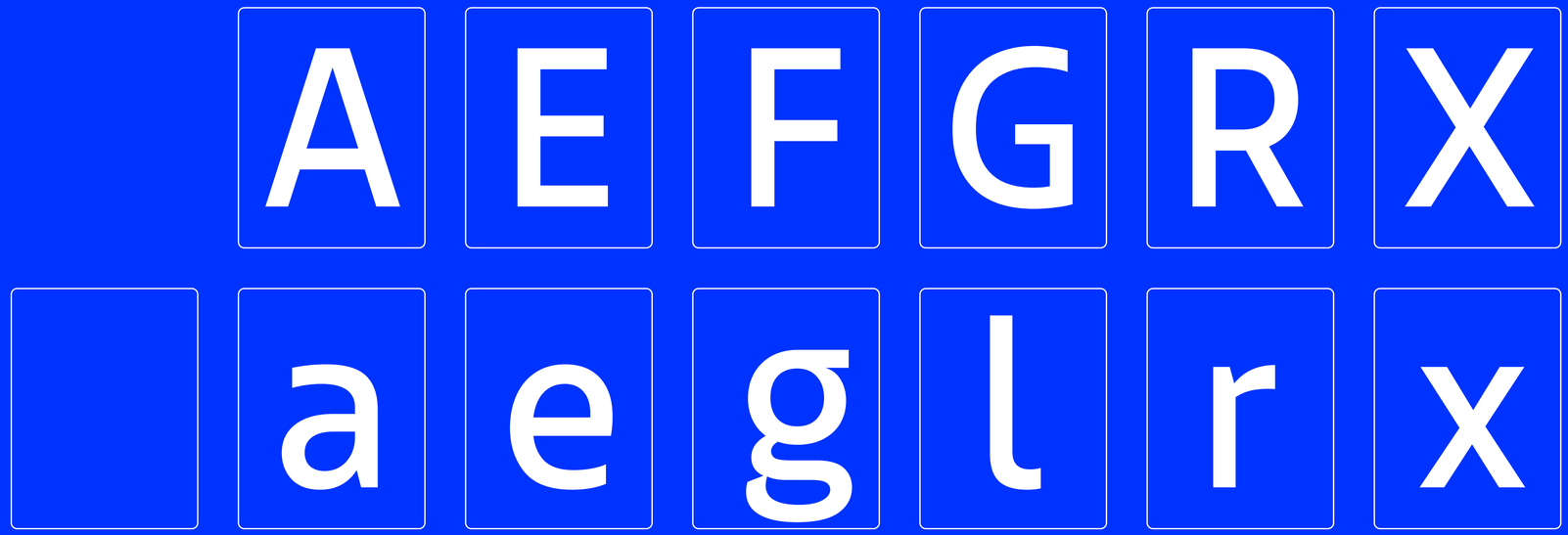
CAIXA DISPLAY

A versão Display é feita para brilhar em títulos e peças de maior impacto visual. Mais ousada e expressiva, traz personalidade aos momentos em que a marca precisa se destacar.



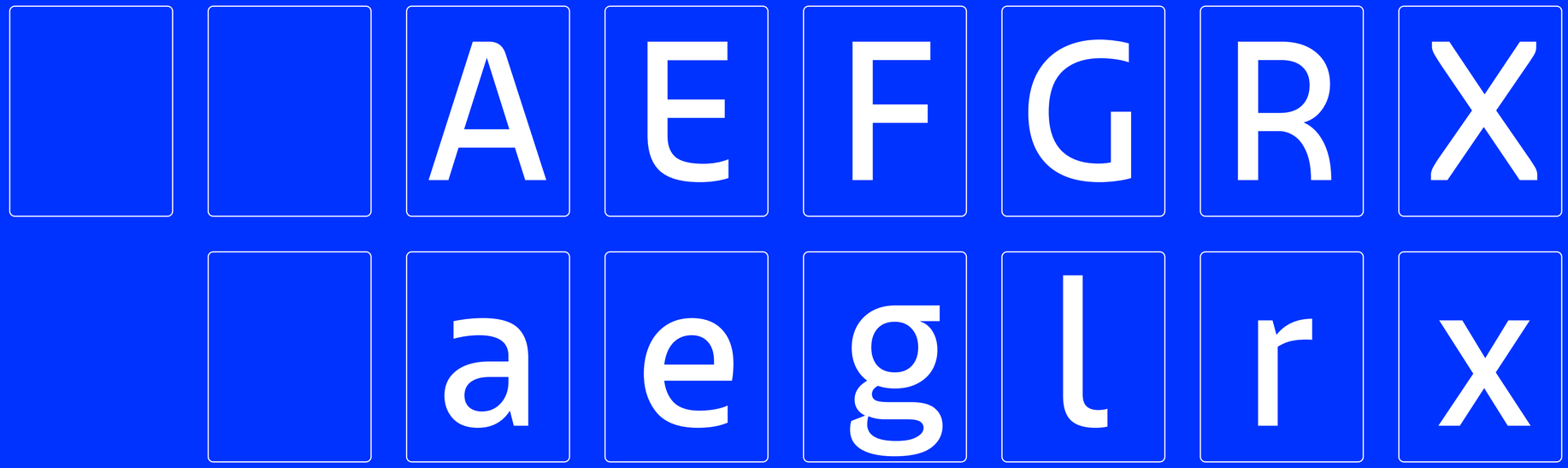
CAIXA TEXT

A versão Text é pensada para uma leitura fluida em blocos de texto maiores e materiais institucionais. Tem menor contraste e é equilibrada e clara, garantindo conforto visual enquanto preserva a identidade da marca.



CAIXA DISPLAY OFFICE E TEXT OFFICE

A versão Office foi criada para substituir fontes de sistema, como Arial, no contexto dos aplicativos Microsoft Office, como Word, Excel e PowerPoint.



QUAL VERSÃO USAR?

Ao trabalhar com:

WORD, EXCEL, POWERPOINT, NUMBERS, KEYNOTE*

USAR:
→ TTF Caixa Display Office
→ TTF Caixa Text Office

* As versões Office devem ser utilizadas somente em substituição às fontes de sistema, como Arial, no contexto dos aplicativos Microsoft Office.

ILLUSTRATOR, PHOTOSHOP, INDESIGN, FIGMA, COREL DRAW

USAR:
→ TTF Caixa Display
→ TTF Caixa Text
→ TTF Caixa Display Variable
→ TTF Caixa Text Variable

DESENVOLVIMENTO WEB

USAR:
→ WOFF2 WOFF EOT Caixa Display
→ WOFF2 WOFF EOT Caixa Text
→ WOFF2 WOFF Caixa Display Variable
→ WOFF2 WOFF Caixa Text Variable

PESOS TIPOGRÁFICOS

Os pesos da família tipográfica formam um sistema progressivo que vai do Light ao ExtraBold. Essa amplitude permite construir hierarquia e controlar o ritmo da informação.

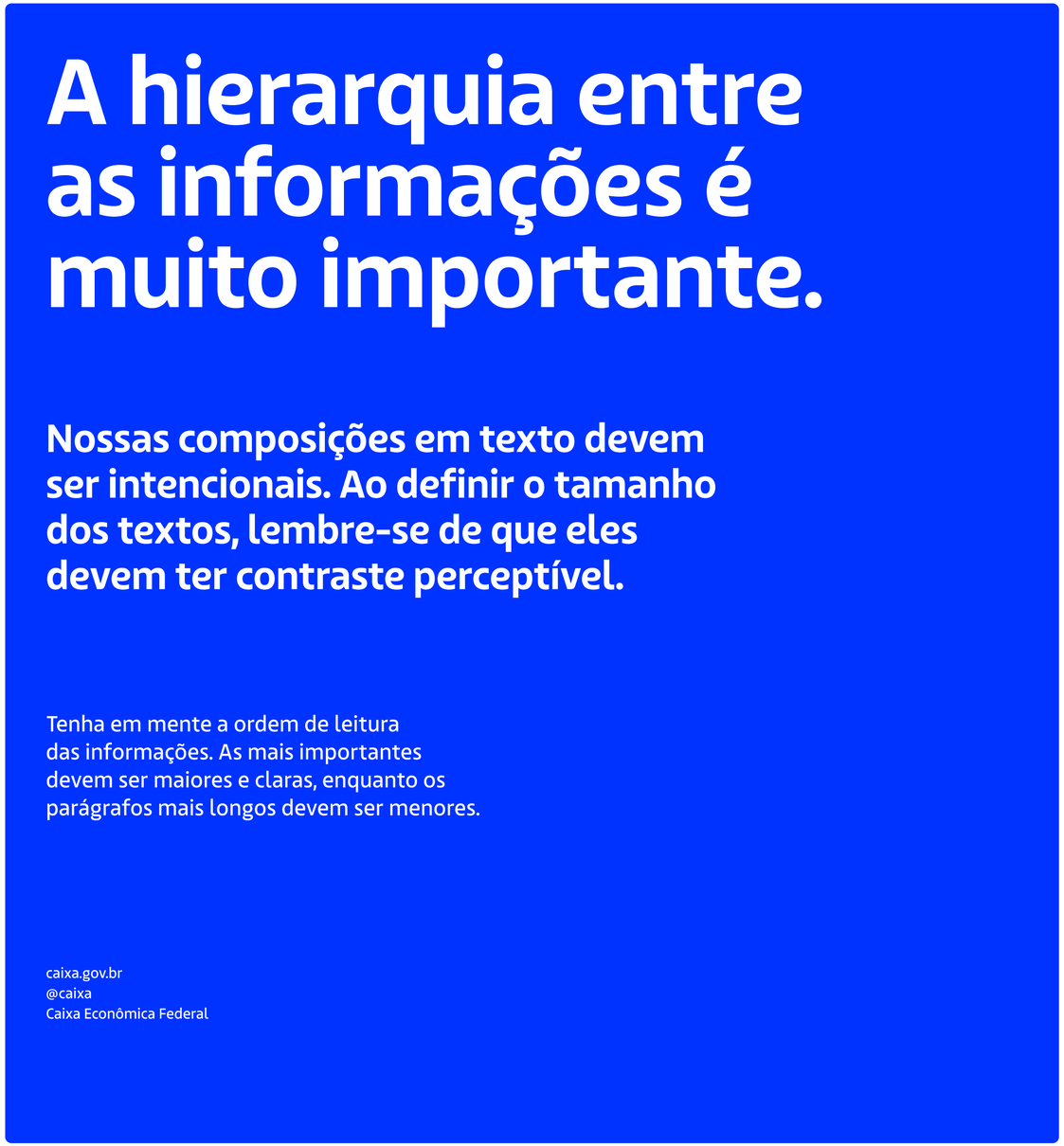
Leves para leitura e mais densos para destaque, constituem uma variação que sustenta diferentes usos dentro da comunicação da marca.

light
regular
medium
bold
extrabold

HIERARQUIA TIPOGRÁFICA

A organização das informações depende de uma hierarquia tipográfica bem definida. Diferenças perceptíveis de escala e peso estruturam a leitura.

A tipografia Caixa alterna entre Display e Text conforme o uso. Em interfaces mobile, a versão Text é prioritária, oferecendo melhor desempenho e leitura.



Títulos

Utilizam a Caixa Display ExtraBold, Bold ou Medium, sempre destacando a mensagem principal.

Peso (ref): Medium
Tamanho (ref): 76 pt
Entrelinha (ref): 72pt

Subtítulos

Utilizam a Caixa Display Medium ou Regular.

Peso (ref): Medium
Tamanho (ref): 32 pt
Entrelinha (ref): 36 pt

Corpo de texto médio/longo

Utiliza a Caixa Text Regular.

Peso (ref): Regular
Tamanho (ref): 18 pt
Entrelinha (ref): 22pt

Destaques em cabeçalhos ou rodapés

Utilizam a Caixa Text Regular.

Peso (ref): Regular
Tamanho (ref): 12 pt
Entrelinha (ref): 18 pt

BOAS PRÁTICAS TIPOGRÁFICAS

O alinhamento tipográfico organiza a leitura e reforça a estrutura das composições.

Como padrão, priorizamos o alinhamento à esquerda, que garante maior fluidez e legibilidade. O alinhamento central deve ser utilizado de forma pontual, em textos curtos e de destaque. Já o alinhamento blocado pode ser adotado em situações específicas, respeitando sempre as margens e a consistência da composição.

01

Alinhamento prioritário: à esquerda

Clareza na formatação é fundamental. Por esse motivo, buscamos sempre priorizar o alinhamento à esquerda.



02

Alinhamento secundário: centralizado

Quando a chamada de texto for curta e o objetivo for maximizar seu impacto, ela pode ser centralizada.



03

Alinhamento terciário: blocado

Como alternativa ao alinhamento centralizado, textos curtos e chamativos podem ser alinhados às margens definidas no documento.



04. Grafismos



PLATAFORMA GRÁFICA

A plataforma gráfica nasce a partir do “X”, desdobrando o elemento-síntese em uma estrutura de composição. A partir dele, surgem planos que organizam o layout e abrem áreas para imagem.

Essas aberturas funcionam como janelas, revelando conteúdos fotográficos e ilustrativos dentro do sistema da marca. Um recurso que integra forma e conteúdo com consistência.



Atenção:
As fotografias deste guia têm fins ilustrativos e não possuem autorização para uso em materiais de comunicação externa.

PLATAFORMA GRÁFICA

O ponto de partida da plataforma gráfica é o “X”. É ele que organiza o layout e define as áreas de atuação.

Com a estrutura definida, distribua os conteúdos dentro dos planos gerados. **Imagens, cores e textos devem responder a essa base**, e não o contrário.

Atenção:
As fotografias deste guia têm fins ilustrativos e não possuem autorização para uso em materiais de comunicação externa.

01

A ESTRUTURA E A REALIZAÇÃO

A haste laranja será a única que poderá receber intervenções, funcionando como plataforma gráfica para o comportamento visual da marca, enquanto a haste azul deverá permanecer sempre fixa, sem alterações.



02

INTERAÇÃO COM ILUSTRAÇÕES

As ilustrações nascem da haste laranja e podem se sobressair à composição, criando profundidade e uma interação ainda maior com a estrutura do símbolo.



03

INTERAÇÃO COM FOTOGRAFIAS

Nas interações com fotografias, a haste laranja funciona como uma máscara, abrindo espaço para que os brasileiros tomem conta da cena e se apropriem do símbolo da marca.



USOS INCORRETOS

Para garantir consistência no uso de grafismos e ilustrações, é fundamental seguir as diretrizes de construção, forma, cor e composição apresentadas neste capítulo. Esses princípios orientam como os elementos se estruturam e se aplicam dentro do sistema da marca.

Para uma aplicação correta, evite as práticas listadas ao lado. Os exemplos indicam usos que comprometem a unidade e a leitura da linguagem visual.



Utilizar o outro lado do "X" como plataforma

O novo símbolo abre espaço para novas composições gráficas, mas apenas o lado originalmente laranja pode receber composições gráficas.



Utilizar as duas hastes do "X" como plataforma

O elemento síntese nunca poderá receber composição gráfica em seus dois lados, comprometendo sua leitura e reconhecimento da forma.



Utilizar apenas um lado como plataforma

Ao utilizar o elemento gráfico dentro da haste, nunca utilize apenas um lado do elemento, pois isso poderá comprometer seu significado de construção.



Utilizar novas cores na haste sem interferência gráfica

Ao utilizar o elemento em cor sólida, nunca modifique a originalidade da forma, sempre prezando pelo laranja.



Misturar os acabamentos gráficos na haste

Nunca misture dois acabamentos gráficos no mesmo recurso gráfico. Isso criará ruído de leitura da peça e não contribuirá para o resultado desejado.

Atenção:
Os fotógrafos referenciados neste documento servem apenas para construção inspiracional do direcionamento fotográfico da marca, não possibilitando licenciamento liberação comercial de uso.

HIPERGRÁFICO

Derivado do “X”, o hipergráfico utiliza a repetição horizontal como princípio de construção. O elemento se encadeia, formando uma base gráfica contínua.

Essa lógica permite adaptar o sistema a diferentes larguras, mantendo ritmo e identidade.



Atenção:
As fotografias deste guia têm fins ilustrativos e não possuem autorização para uso em materiais de comunicação externa.

HIPERGRÁFICO

O hipergráfico é construído a partir da repetição do “X” em sequência horizontal. Cada módulo se conecta ao seguinte, respeitando o mesmo eixo, a proporção e o alinhamento.

A continuidade depende da precisão desse encaixe, garantindo um fluxo visual uniforme ao longo da composição.

01

CONSTRUÇÃO

A composição do hipergráfico deve sempre partir do “X” como elemento central.

02

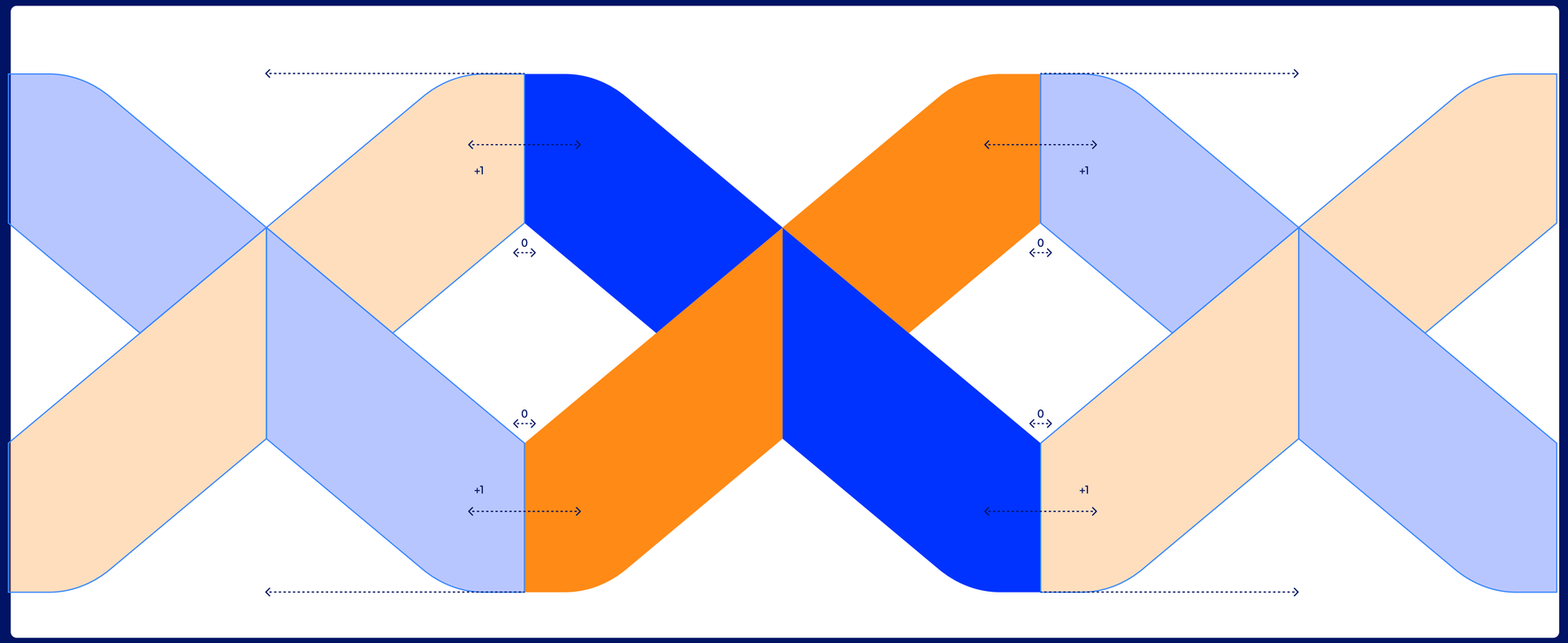
EXPANSÃO

A expansão do elemento gráfico deve ser sempre horizontal — sem crescimento vertical e com espaçamento zero entre os símbolos.

03

CORES

A haste laranja é a única que poderá sofrer alteração de cor, ganhando ilustrações ou fotografia. Já a haste azul é fixa e imutável, existindo apenas na versão positiva (azul) e na versão negativa (branca), mantendo a consistência da composição.

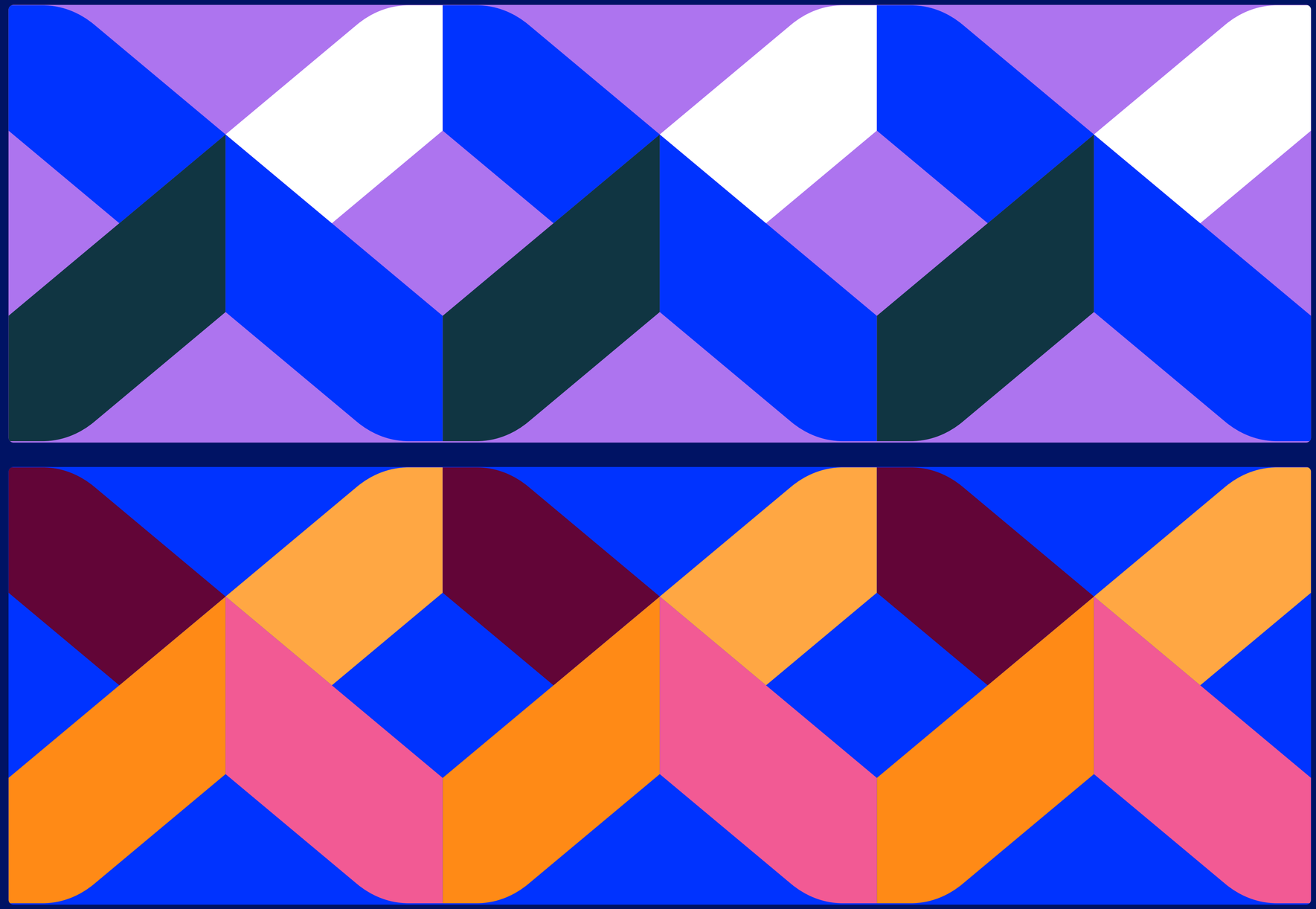


HIPERGRÁFICO COLORIDO

Como desdobramento do hipergráfico principal, o sistema permite composições com a aplicação simultânea das cores da identidade. Esse recurso amplia as possibilidades expressivas da linguagem, criando peças de maior impacto visual e dinamismo.

Atenção:

O uso do hipergráfico colorido deve ocorrer de forma pontual e estratégica. O hipergráfico colorido atua como um recurso de destaque dentro do sistema, preservando o protagonismo das aplicações convencionais. Dessa forma, mantém-se o equilíbrio da linguagem visual, garantindo a consistência na construção da identidade ao longo de todos os pontos de contato.

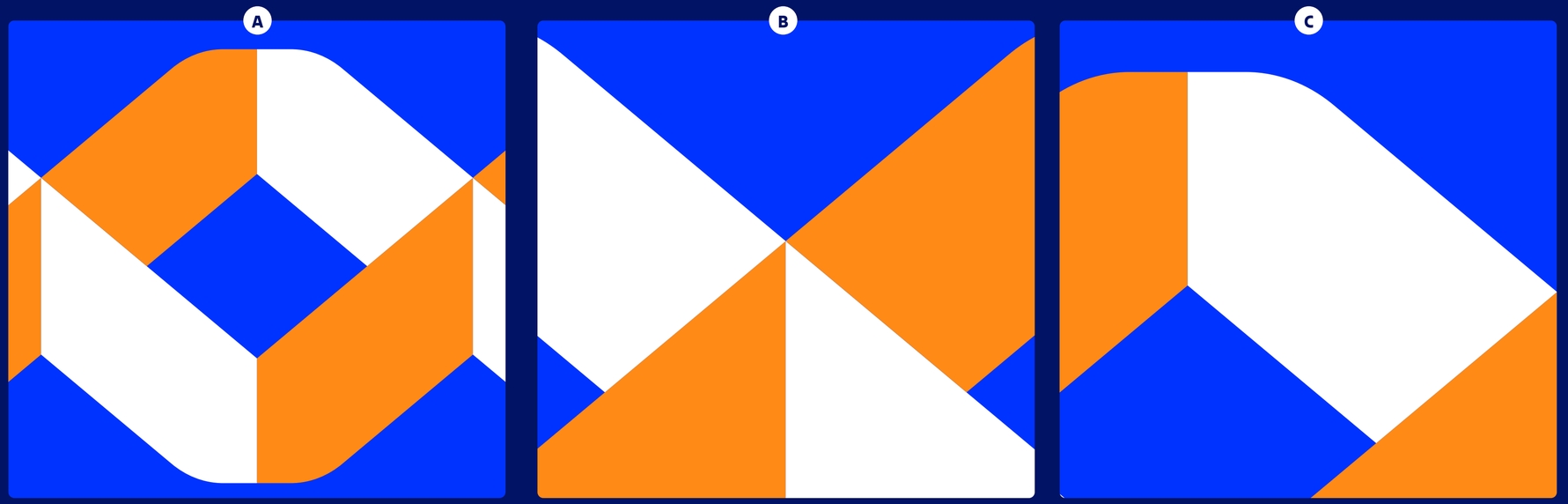


DETALHES DO HIPERGRÁFICO

Os detalhes do hipergráfico surgem a partir de recortes estratégicos do elemento principal, revelando fragmentos de sua construção e ampliando suas possibilidades de composição.

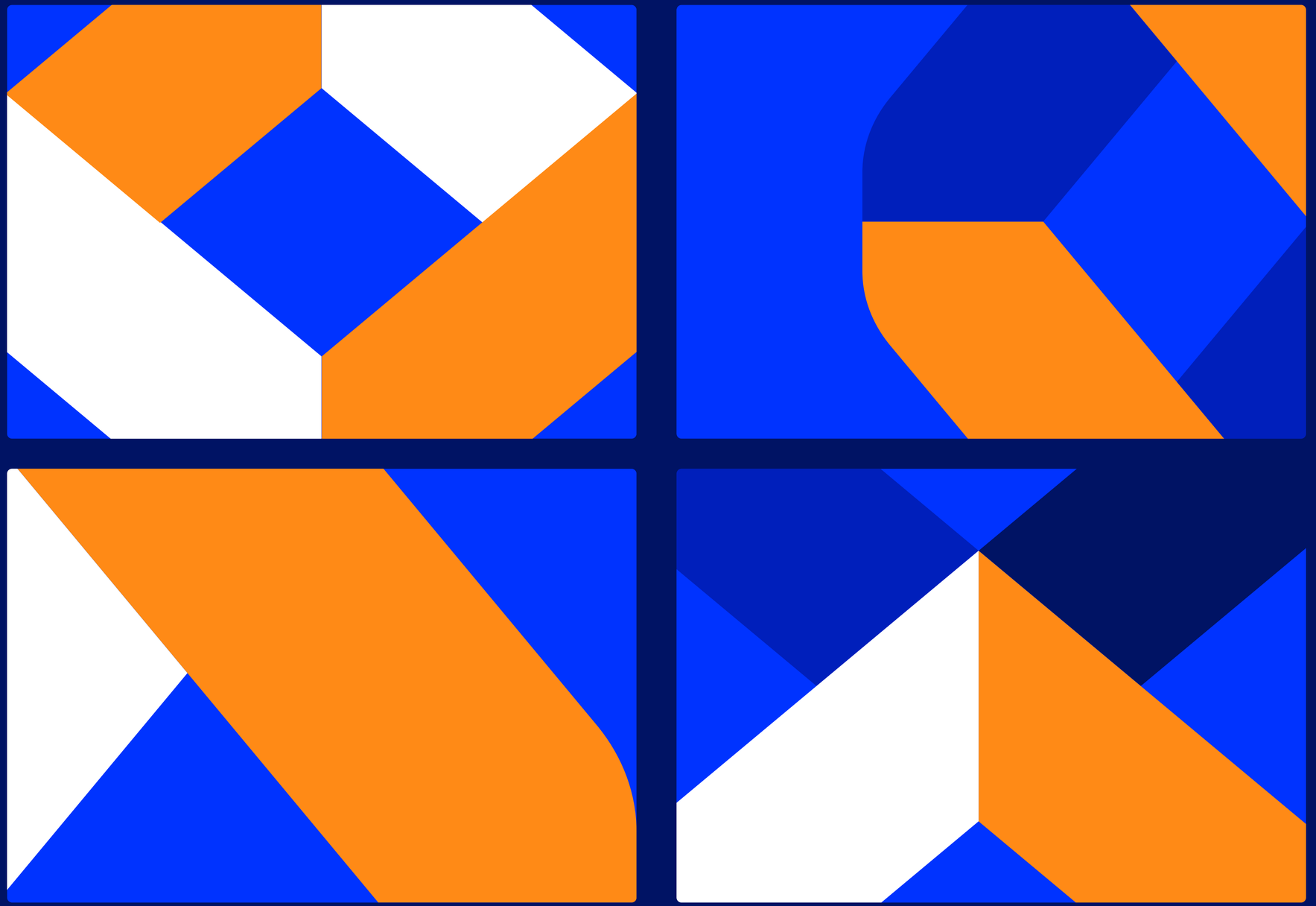
O enquadramento deve sempre respeitar uma proporção quadrada (1:1), preservando a força geométrica e o equilíbrio visual do sistema.





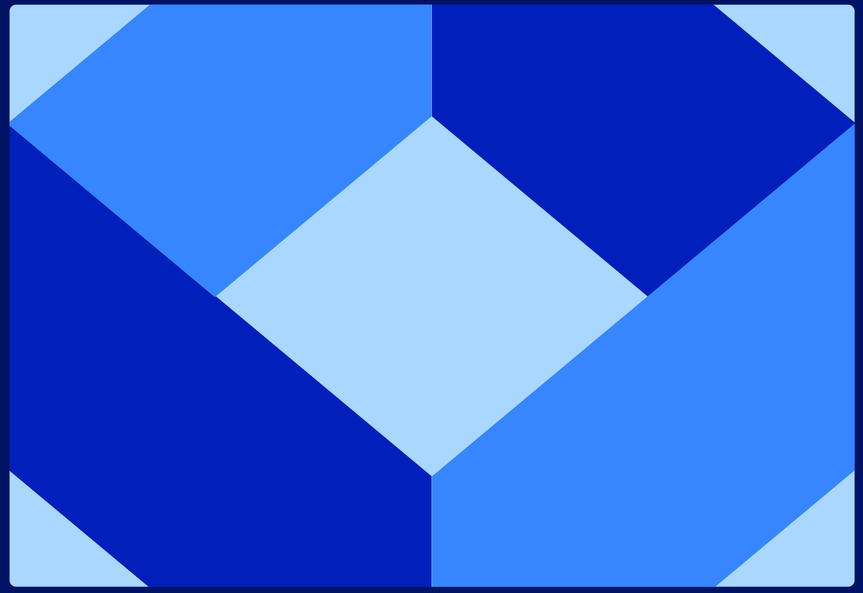
DETALHES DO HIPERGRÁFICO

Novos recortes podem ser criados livremente, desde que mantenham o reconhecimento do elemento original e a coerência estrutural da linguagem. Utilizado principalmente em peças institucionais e comunicações do dia a dia, esse recurso oferece uma forma mais sutil e versátil de incorporar a linguagem visual, sustentando a presença da marca sem competir com seus elementos protagonistas.



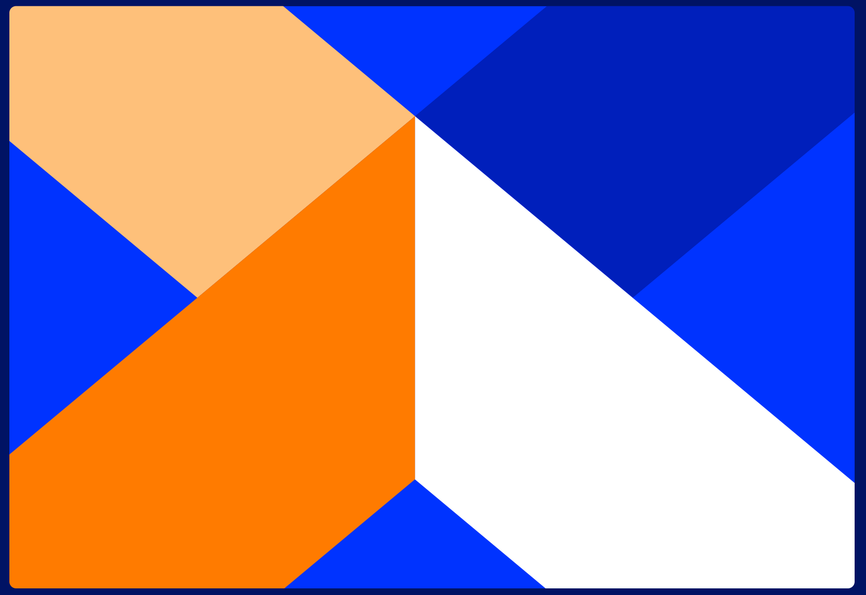
DETALHES DO HIPERGRÁFICO

O hipergráfico pode expandir suas aplicações por meio da incorporação de cores secundárias da paleta e da utilização de suas formas como máscaras para imagens fotográficas. Esses recursos ampliam a expressividade do sistema e permitem composições mais dinâmicas e contextualizadas, mantendo sempre o reconhecimento do elemento original e seu papel como apoio à linguagem visual da marca.







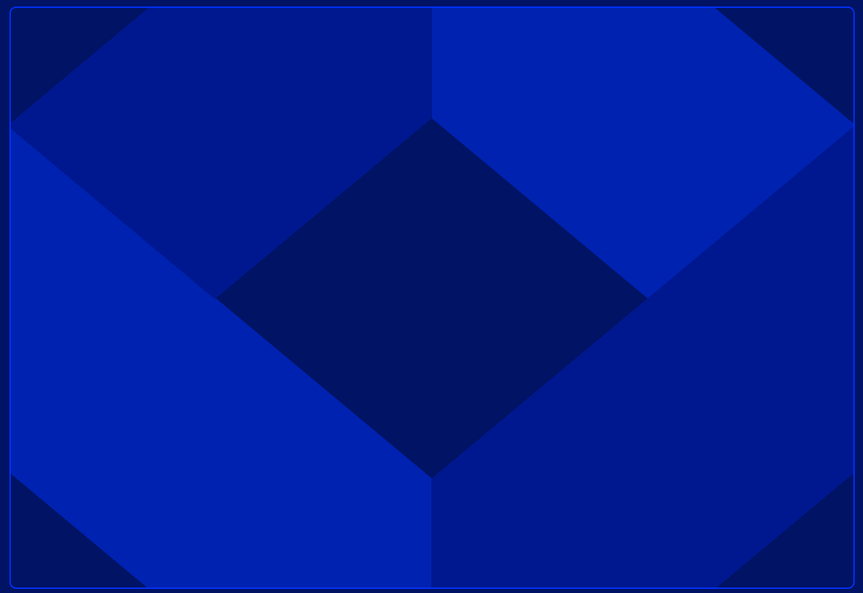


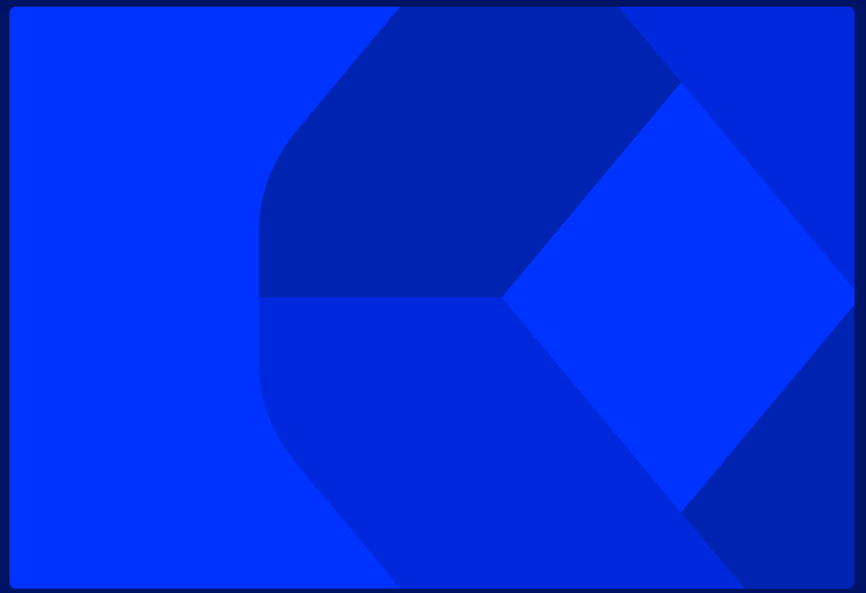
DETALHES DO HIPERGRÁFICO

Para contextos de comunicação mais institucionais e corporativos, o hipergráfico pode ser aplicado em composições construídas a partir de tons de azul da marca. A utilização de diferentes tonalidades e variações de opacidade cria profundidade e riqueza visual de forma sutil, preservando a presença da linguagem sem competir com os conteúdos principais da peça.

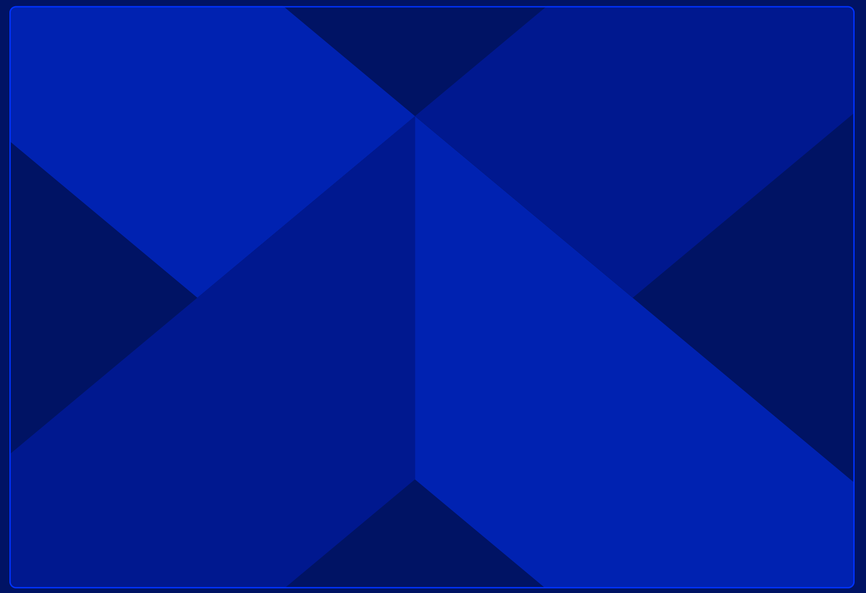
Esse recurso deve ser restrito ao universo cromático dos azuis da marca, evitando aplicações tom sobre tom com outras cores da paleta.

É especialmente indicado para papelaria, documentos, apresentações e demais materiais de caráter formal.





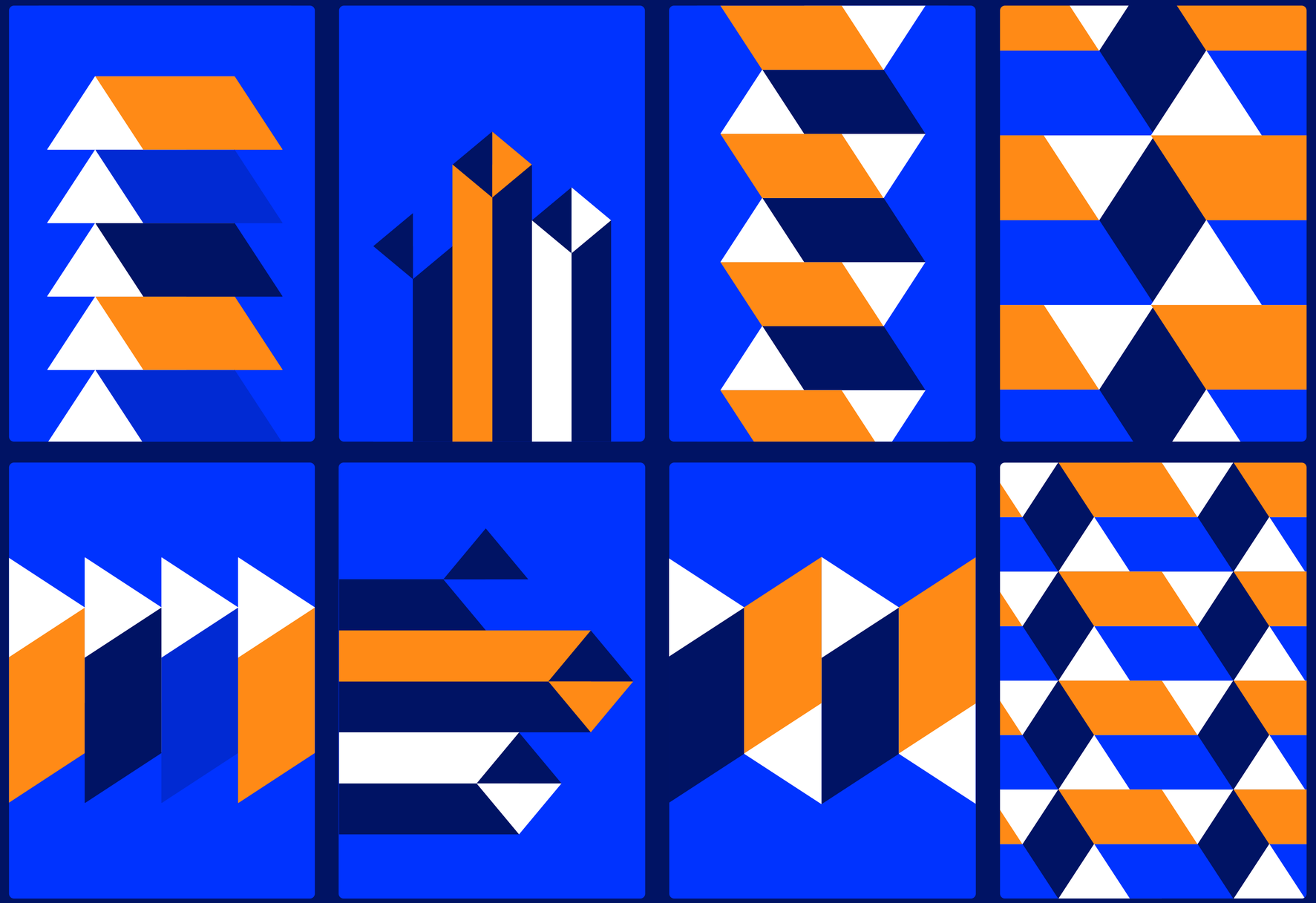




GRAFISMOS GEOMÉTRICOS

A haste do “X” serve como base para as ilustrações geométricas. Dela surgem novas formas, construídas a partir dos mesmos ângulos e proporções.

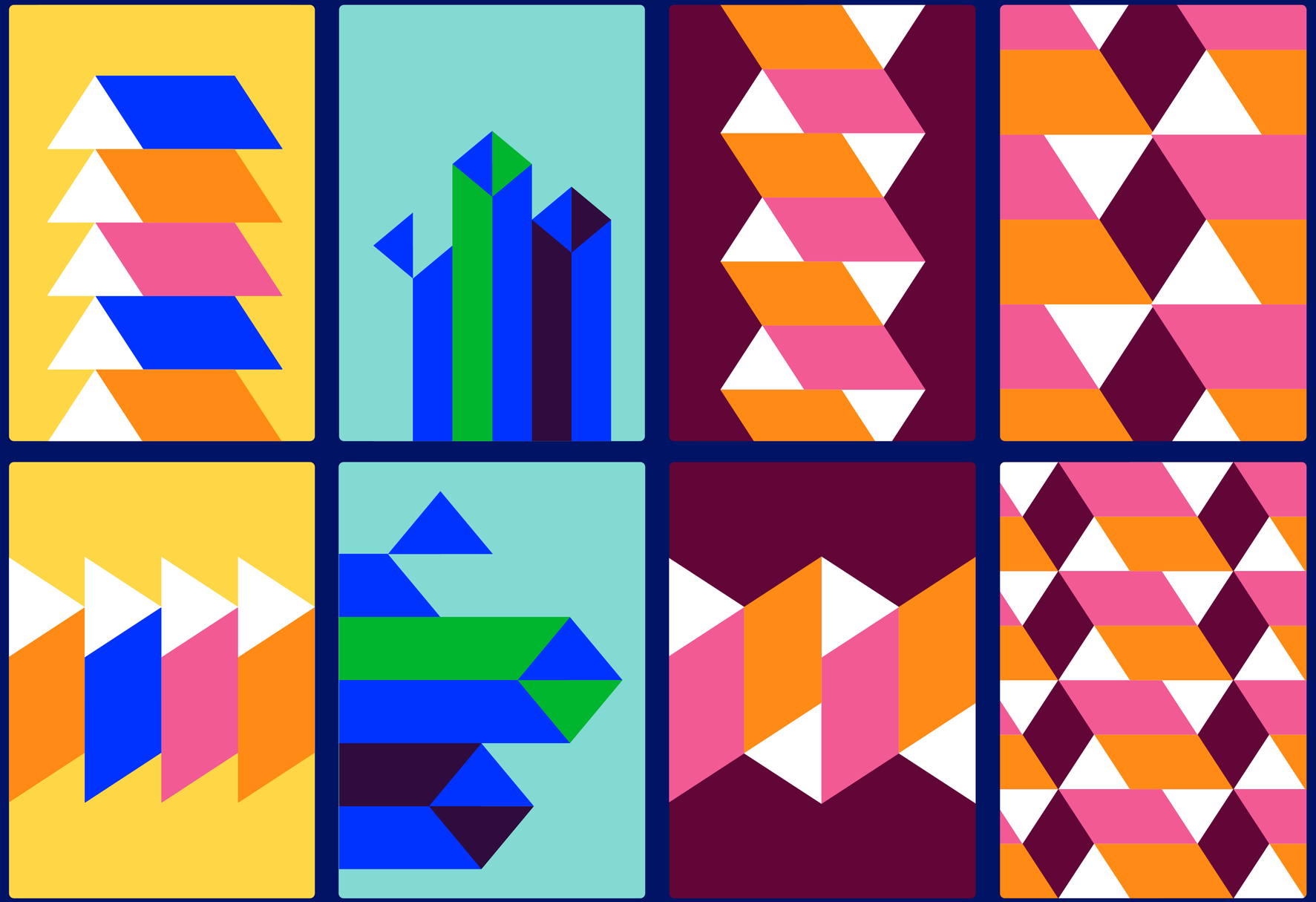
Esse desdobramento mantém a coerência com o sistema gráfico, permitindo a criação de composições diversas sem comprometer a lógica da marca.



GRAFISMOS GEOMÉTRICOS

A partir da haste do “X”, as formas geométricas ganham novas leituras com o uso das cores secundárias. Essas cores introduzem variação e ajudam a organizar diferentes aplicações.

Mesmo com a expansão cromática, o desenho mantém a mesma lógica de construção, garantindo unidade visual.



GRAFISMOS GEOMÉTRICOS

A construção dos grafismos geométricos nasce da haste do “X”. Essa forma inicial dá origem a novas composições, que ganham corpo e ocupam o espaço.

01

CONSTRUÇÃO

A construção deve partir sempre da base do elemento-síntese, utilizando, neste caso, a angulação interna da haste como referência gráfica.

02

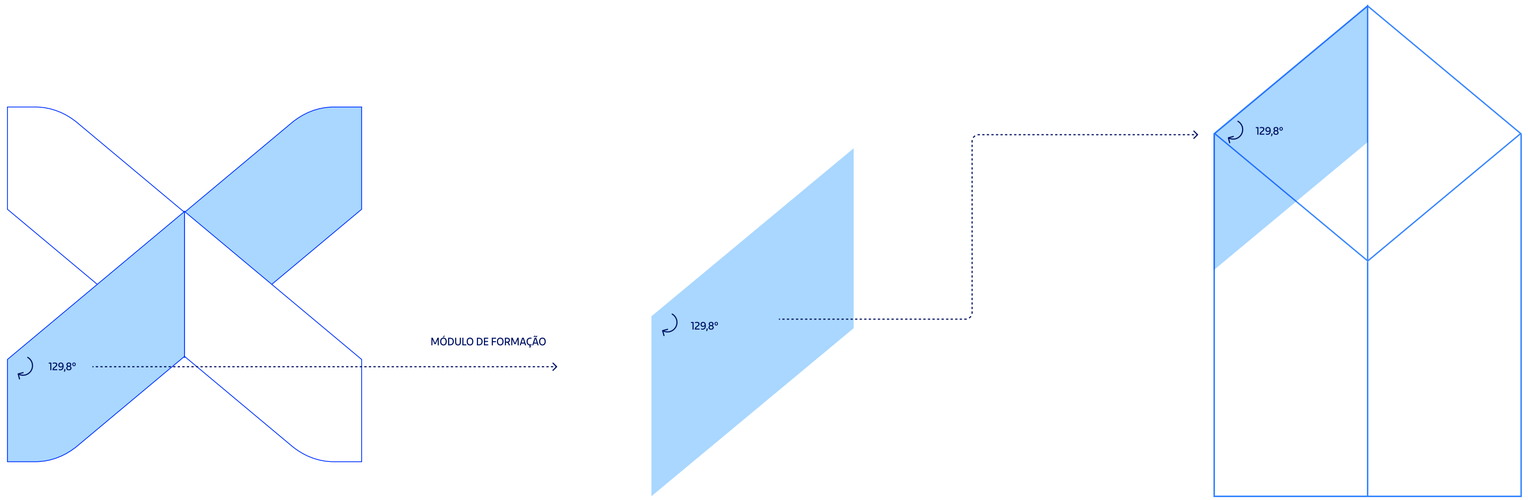
MÓDULO GRÁFICO

Após a identificação, a angulação passa a ser responsável pela criação do módulo gráfico, que será o ponto de partida para a construção das composições.

03

CORES

As composições podem ser criadas de forma modular, sempre apoiadas na angulação original do elemento-síntese.



PLANOS GRÁFICOS

A construção dos planos gráficos nasce do “X”, agora observado em perspectiva. O elemento é desdobrado em superfícies que sugerem volume e profundidade.

Essa abordagem adiciona uma camada ao sistema visual, sem romper sua lógica construtiva.









Atenção:
As fotografias deste guia têm fins ilustrativos e não possuem autorização para uso em materiais de comunicação externa.

PLANOS GRÁFICOS

Essa lógica mantém a coerência do sistema e permite que os planos ganhem novas leituras com o uso das cores secundárias.

A introdução dessas cores amplia o repertório visual da marca, criando variações dentro da mesma base construtiva.

Atenção:
O uso de layouts com predominância de cores secundárias é restrito a ecossistemas oficiais da Caixa (como feeds de redes sociais, site ou agências), em que o Azul Caixa já é a cor dominante no contexto da peça. Peças isoladas e independentes (como e-mail marketing, mala direta ou anúncios avulsos) devem manter o Azul Caixa como cor principal.

A regra completa e as proporções de aplicação estão detalhadas na página de Cores deste guia.

Atenção:
As fotografias deste guia têm fins ilustrativos e não possuem autorização para uso em materiais de comunicação externa.









PLANOS GRÁFICOS

A construção dos planos gráficos parte do “X” como base estrutural. A partir dele, é definido um eixo de projeção que orienta a abertura dos planos no espaço.

Cada plano deriva das hastes do símbolo, respeitando ângulos, proporções e alinhamentos. A variação de profundidade é controlada pela repetição e pelo deslocamento desses elementos.

01

CONSTRUÇÃO

A construção deve sempre partir da base do elemento-síntese e, para esses usos, interpretar as possibilidades de visualização do elemento em um eixo tridimensional.

02

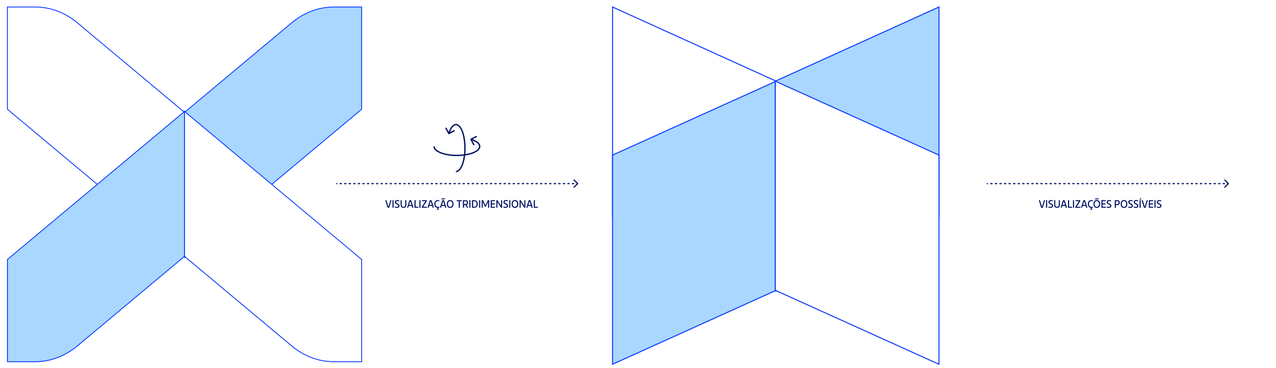
VISUALIZAÇÃO TRIDIMENSIONAL

Uma vez identificados os pontos de sobreposição dos planos, temos uma divisão clara para utilizar como recurso gráfico.

03

PLANOS

Os planos podem ser observados a partir de vários ângulos, sendo um recurso extenso e aplicável em diversos momentos de comunicação da marca.

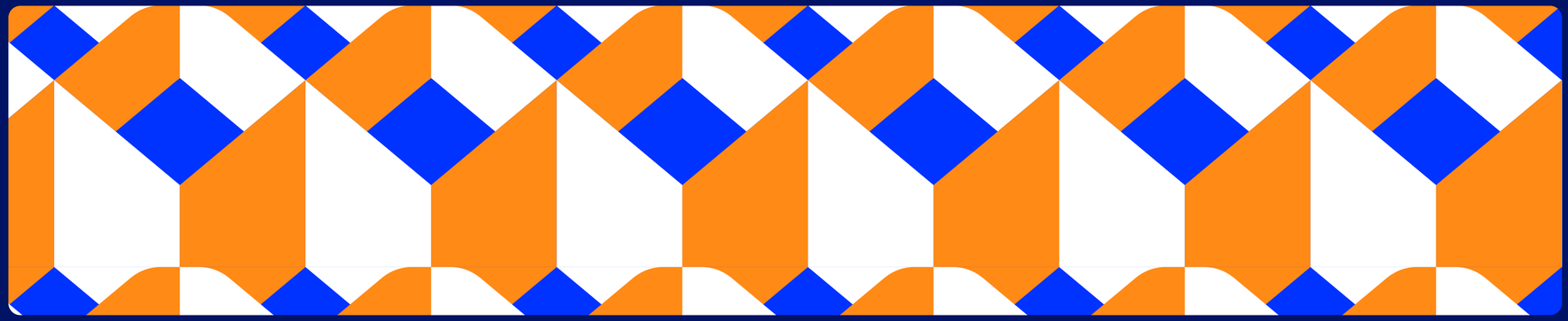


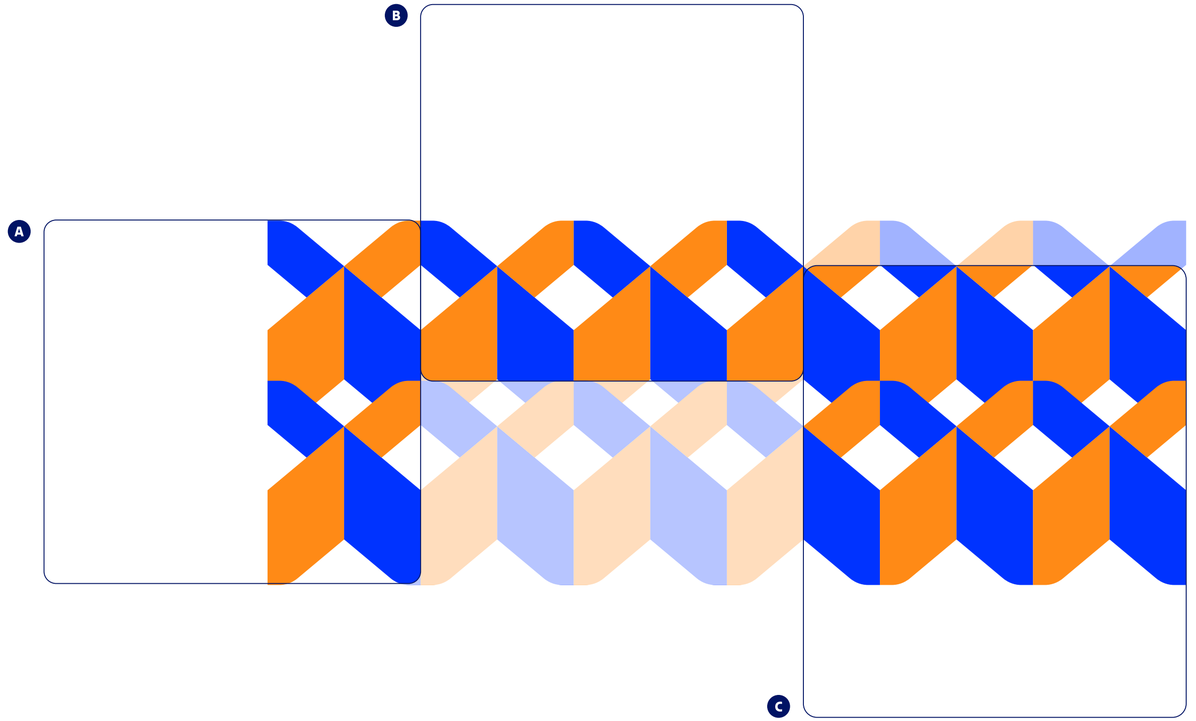
PADRONAGEM

A partir das formas, curvas e ângulos do elemento-síntese, foram criadas variações de padronagem que ampliam o repertório gráfico da identidade visual.

A aplicação deve ser moderada, respeitando as regras de composição estabelecidas neste guia.

O recurso é contextual, ideal para ambientes internos da Caixa, físicos ou digitais, como ambientações, materiais corporativos, brindes institucionais e estampas personalizadas.



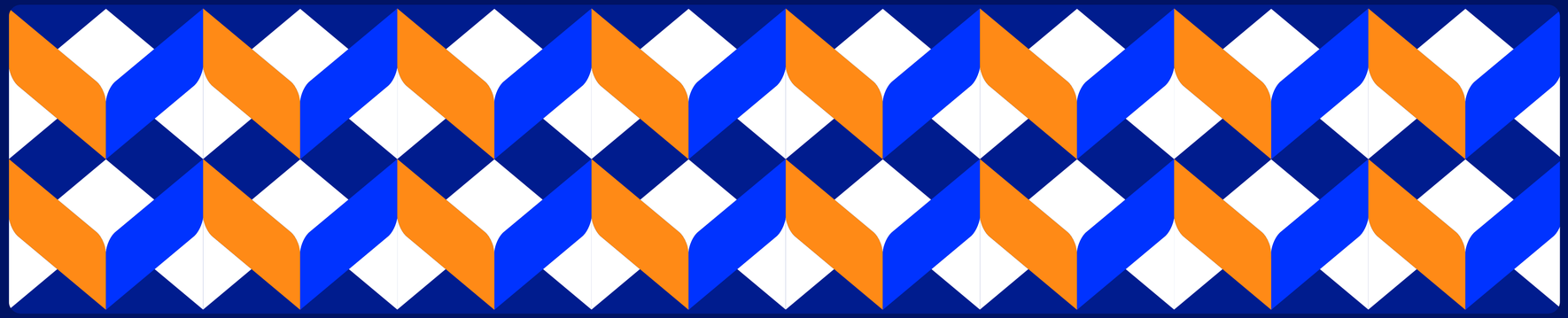


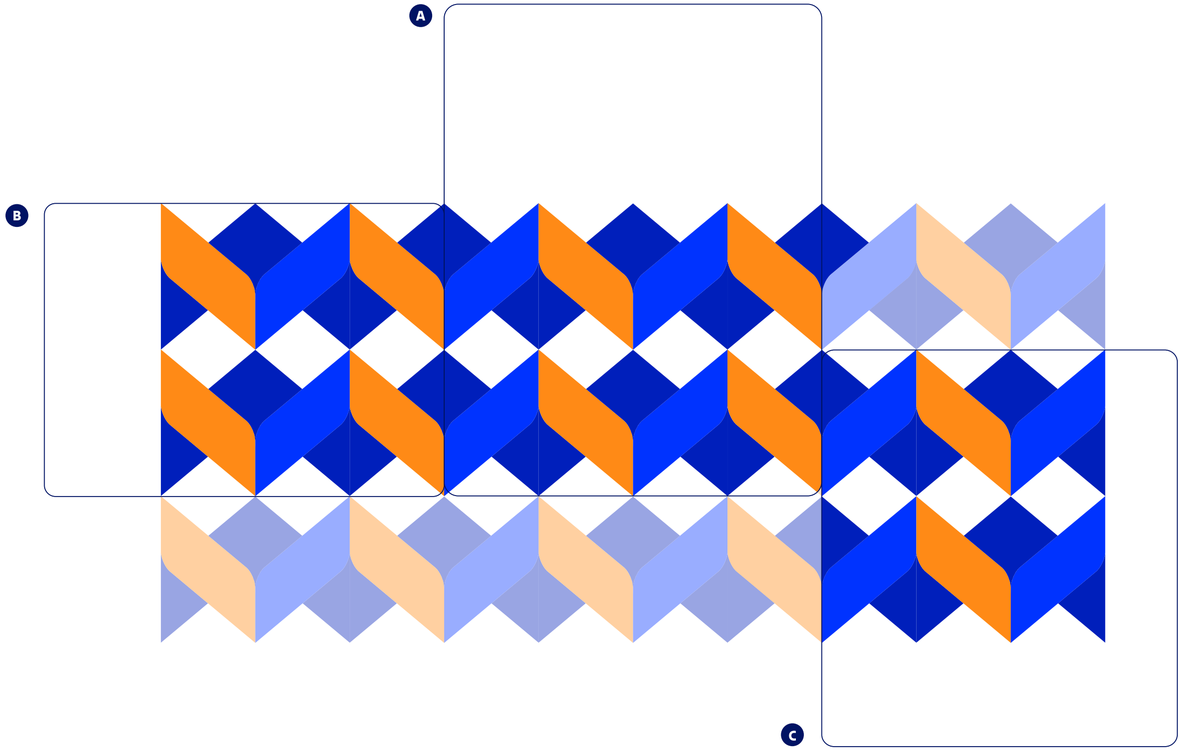
PADRONAGEM

A partir das formas, curvas e ângulos do elemento-síntese, foram criadas variações de padronagem que ampliam o repertório gráfico da identidade visual.

A aplicação deve ser moderada, respeitando as regras de composição estabelecidas neste guia.

O recurso é contextual, ideal para ambientes internos da Caixa, físicos ou digitais, como ambientações, materiais corporativos, brindes institucionais e estampas personalizadas.



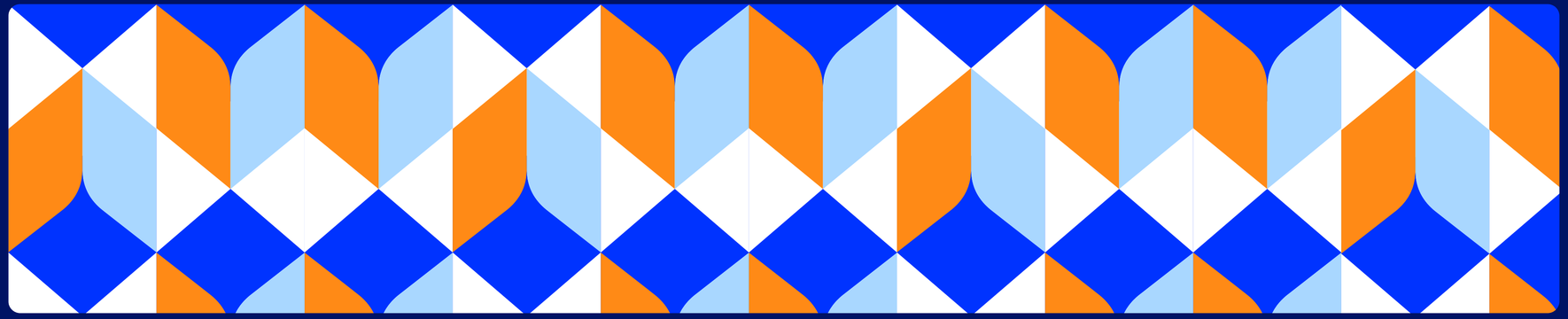


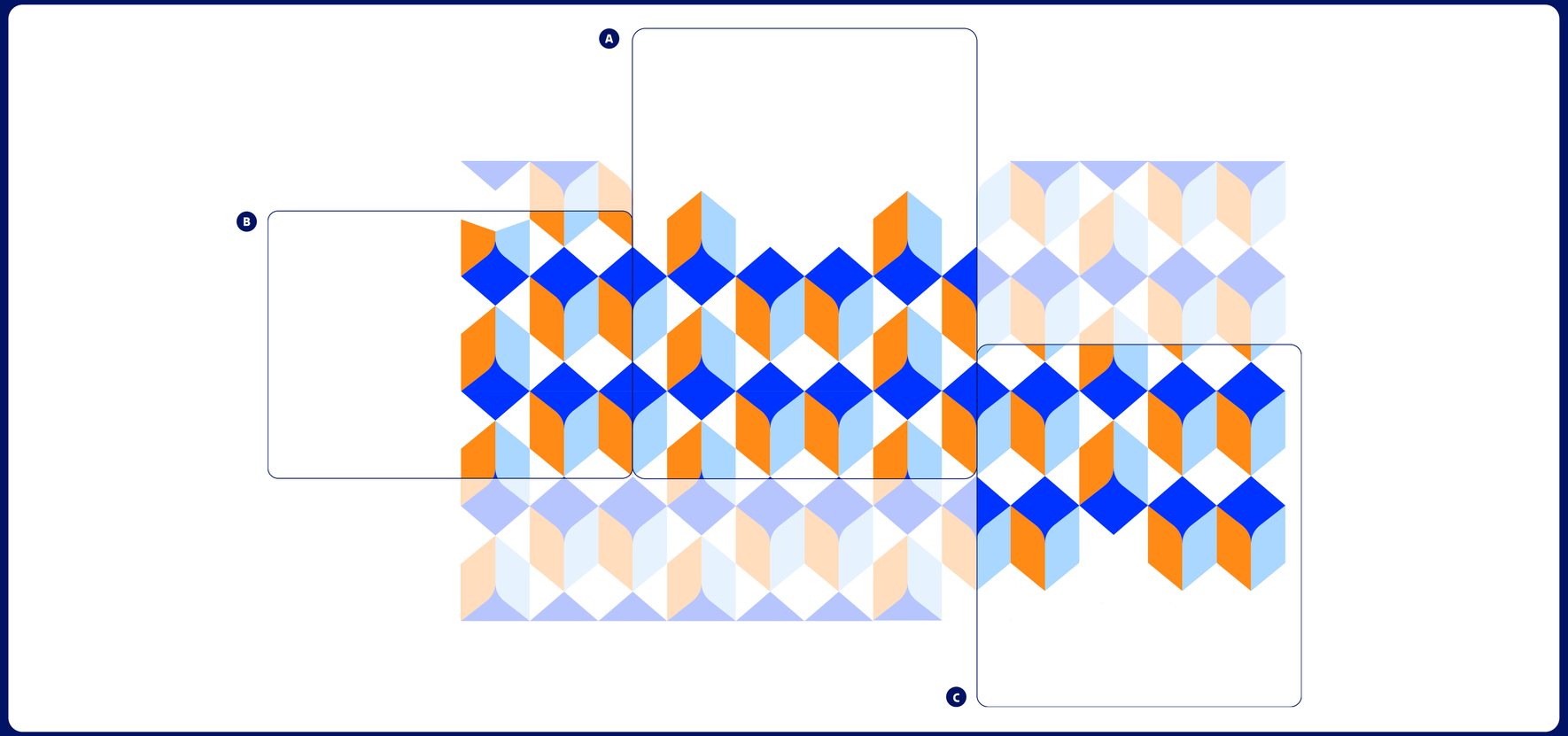
PADRONAGEM

A partir das formas, curvas e ângulos do elemento-síntese, foram criadas variações de padronagem que ampliam o repertório gráfico da identidade visual.

A aplicação deve ser moderada, respeitando as regras de composição estabelecidas neste guia.

O recurso é contextual, ideal para ambientes internos da Caixa, físicos ou digitais, como ambientações, materiais corporativos, brindes institucionais e estampas personalizadas.





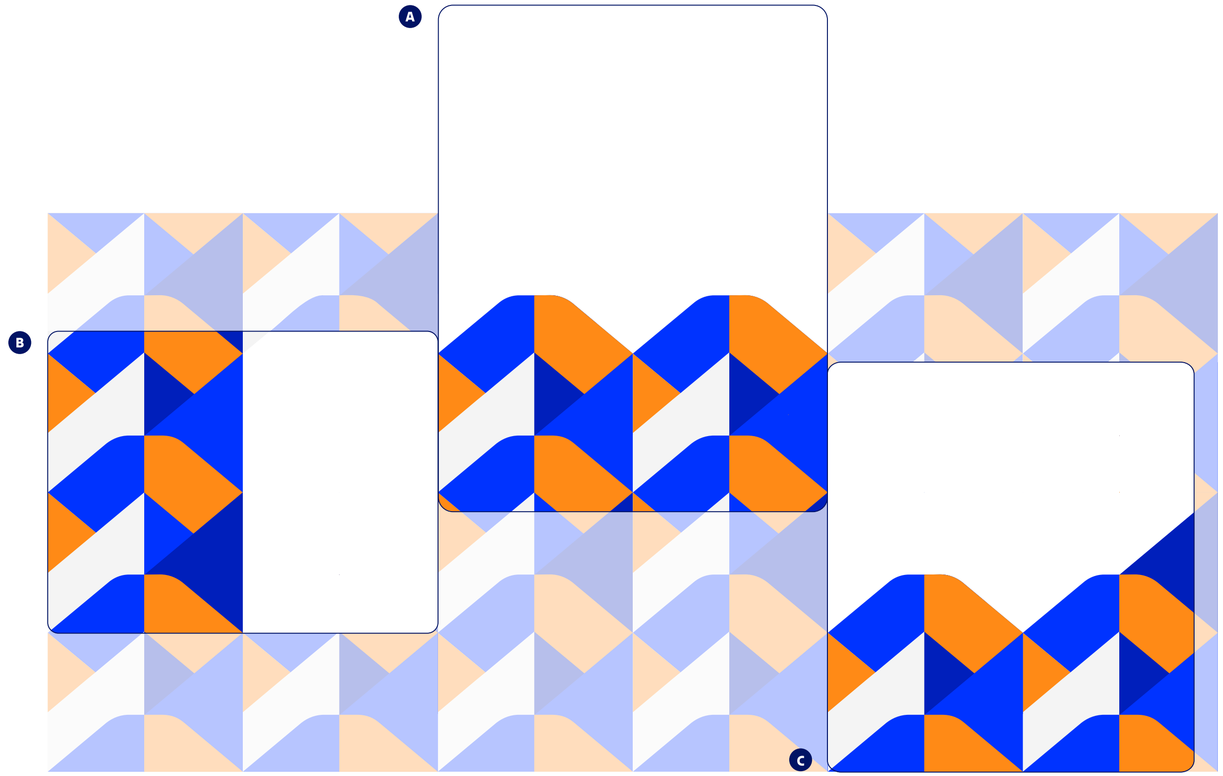
PADRONAGEM

A partir das formas, curvas e ângulos do elemento-síntese, foram criadas variações de padronagem que ampliam o repertório gráfico da identidade visual.

A aplicação deve ser moderada, respeitando as regras de composição estabelecidas neste guia.

O recurso é contextual, ideal para ambientes internos da Caixa, físicos ou digitais, como ambientações, materiais corporativos, brindes institucionais e estampas personalizadas.



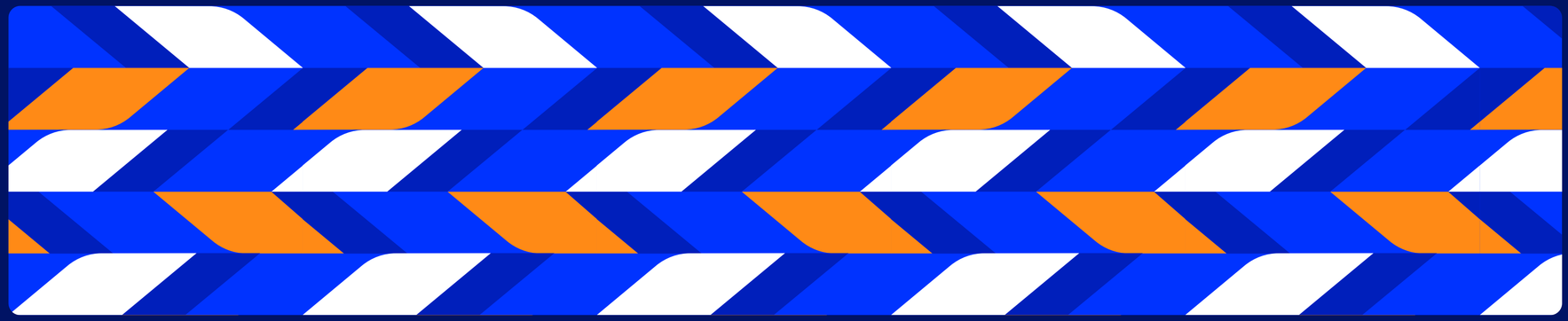


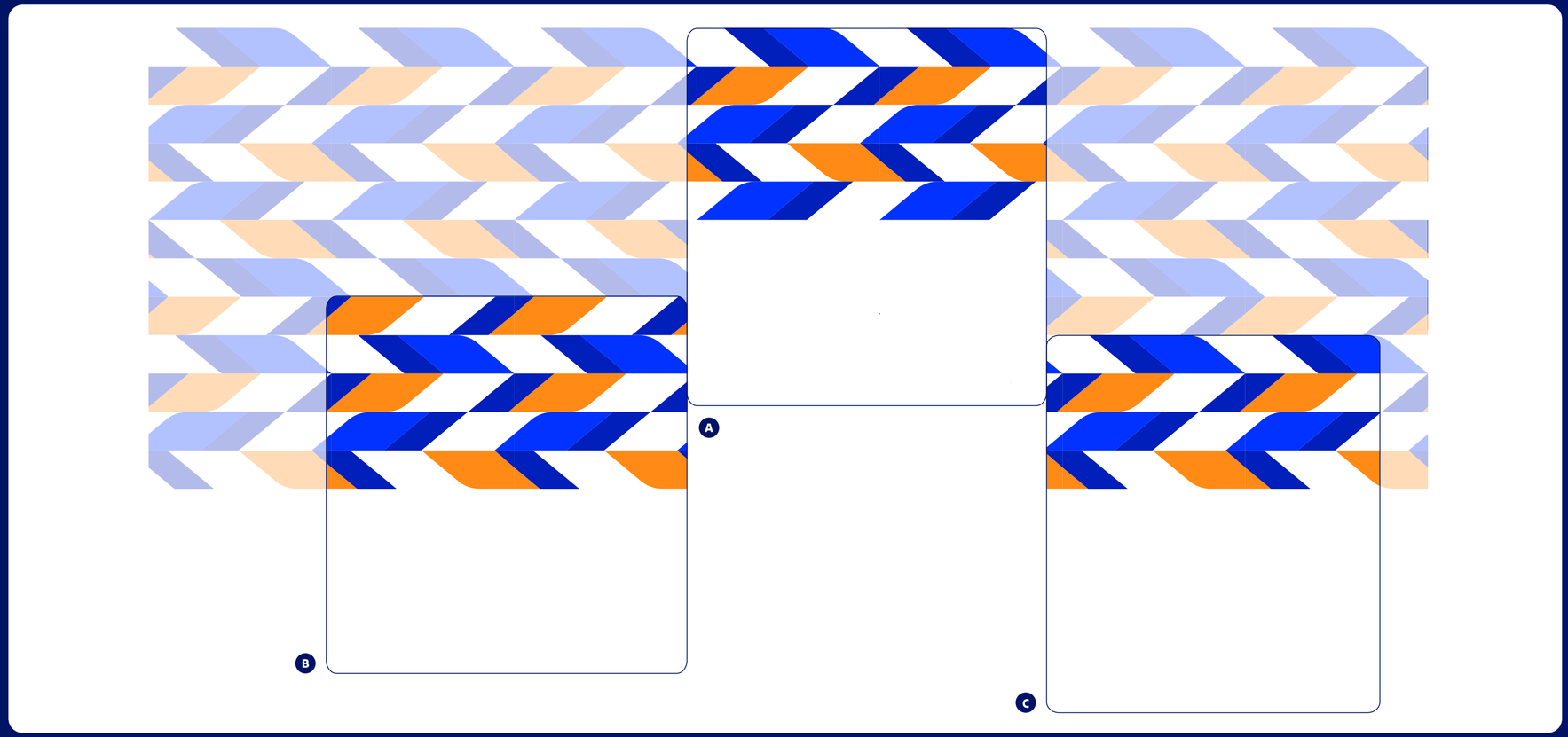
PADRONAGEM

A partir das formas, curvas e ângulos do elemento-síntese, foram criadas variações de padronagem que ampliam o repertório gráfico da identidade visual.

A aplicação deve ser moderada, respeitando as regras de composição estabelecidas neste guia.

O recurso é contextual, ideal para ambientes internos da Caixa, físicos ou digitais, como ambientações, materiais corporativos, brindes institucionais e estampas personalizadas.





USOS INCORRETOS

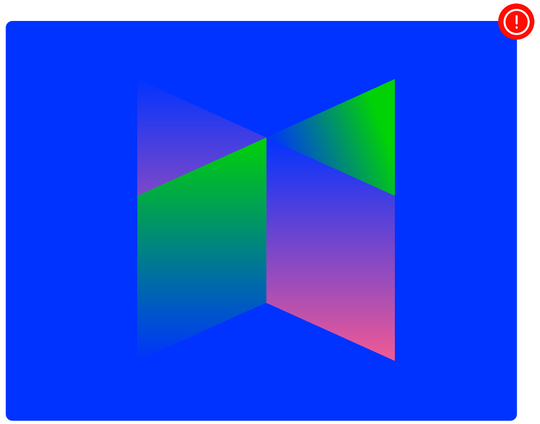
Para garantir consistência no uso de grafismos e ilustrações, é fundamental seguir as diretrizes de construção, forma, cor e composição apresentadas neste capítulo. Esses princípios orientam como os elementos se estruturam e se aplicam dentro do sistema da marca.

Para aplicação correta, evite as práticas listadas ao lado. Os exemplos indicam usos que comprometem a unidade e a leitura da linguagem visual.



Rotacionar ou distorcer o símbolo

Evite rotações ou demais tipos de distorções do elemento-síntese em qualquer cenário. Isso enfraquece o elemento e desconstrói seu significado.



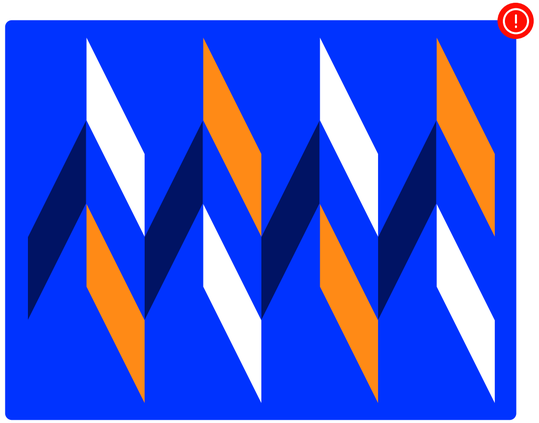
Usar novos acabamentos gráficos

Evite introduzir novos acabamentos gráficos às formas. Eles podem comprometer o reconhecimento dos elementos e se tornar um ruído gráfico.



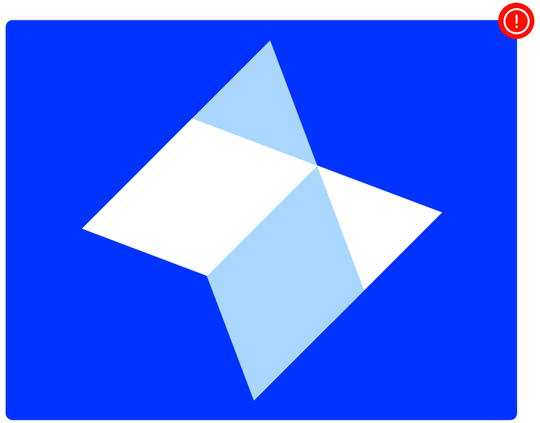
Arredondar formas

Evite arredondar as formas básicas criadas para garantir a consistência da marca, já que todas partem da quina original da letra "X".



Modificar angulação das formas

Evite modificar a angulação das formas-base que constroem as composições gráficas da marca.



Criar novos ângulos de visualização 3D

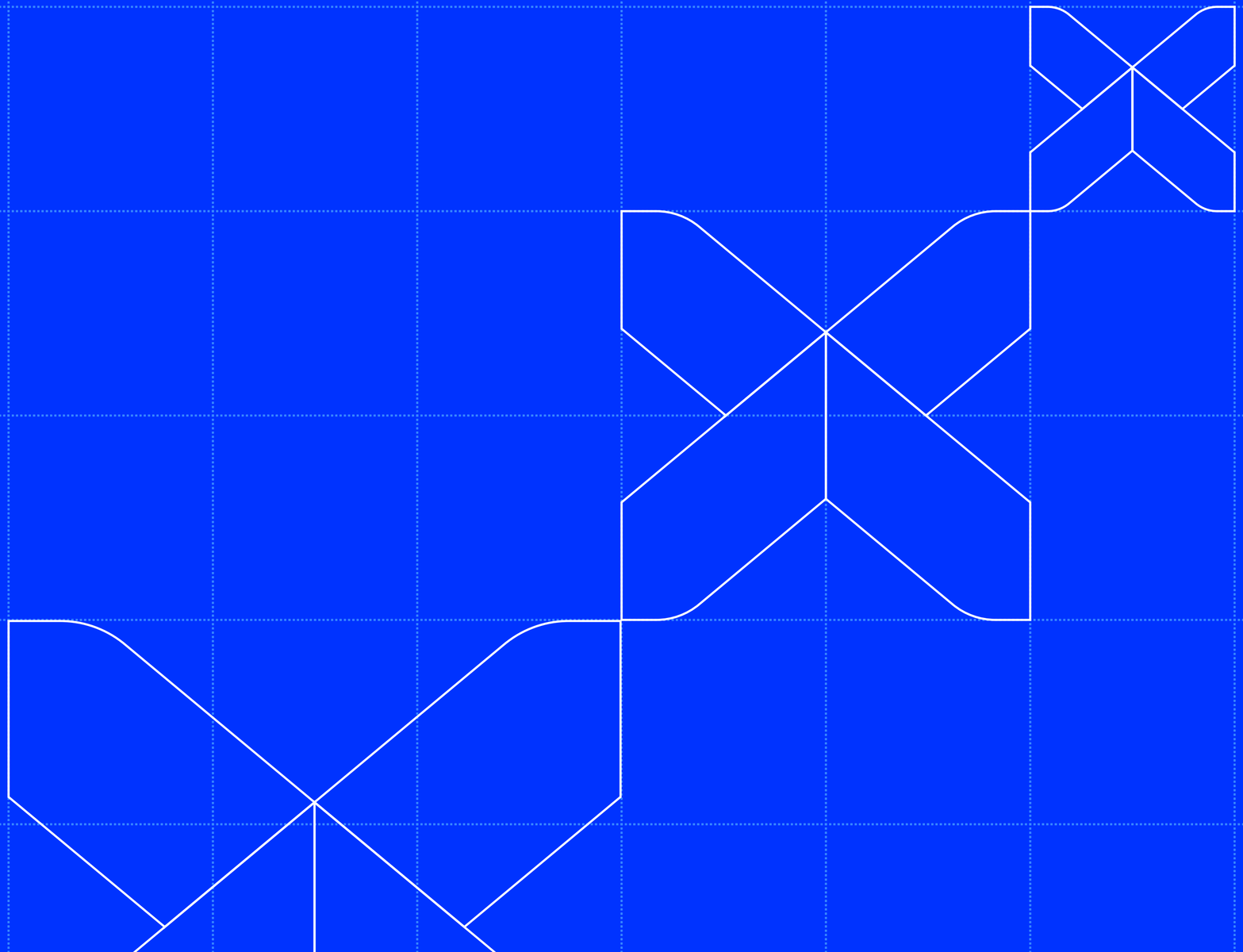
Evite criar novos ângulos de visualização 3D que não representem a realidade do produto; atenha-se sempre a uma rotação de 90° entre os eixos X, Y ou Z.



Utilizar o símbolo de várias cores numa mesma composição

Evite criar repetições do símbolo em várias composições cromáticas diferentes, assim não teremos uma repetição de padrão e dissociaremos o significado da composição.

05. Composições gráficas



COMPOSIÇÕES GRÁFICAS

As composições gráficas organizam a aplicação da marca no espaço. É a partir delas que se definem proporções, relações e hierarquias entre os elementos.

Grid, posicionamento e escala operam como base dessa construção. São eles que garantem consistência, clareza e replicabilidade nas diferentes aplicações.

01

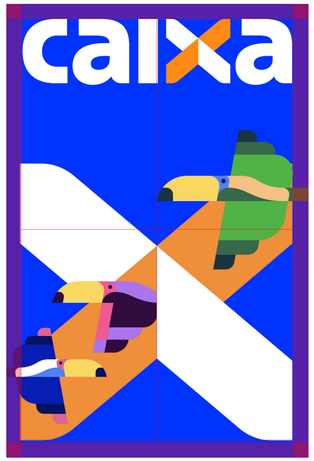
Grid

A composição pode ser dividida por linhas e colunas pares, ou seja, 2, 4, 6, 8, 10 ou 12 colunas ou linhas, para melhor distribuição das informações e alinhamento de elementos.

02

Tipografia

Os elementos tipográficos da composição devem utilizar a malha como referência de alinhamento para a diagramação, com liberdade formal nas escalas e nos usos tipográficos.



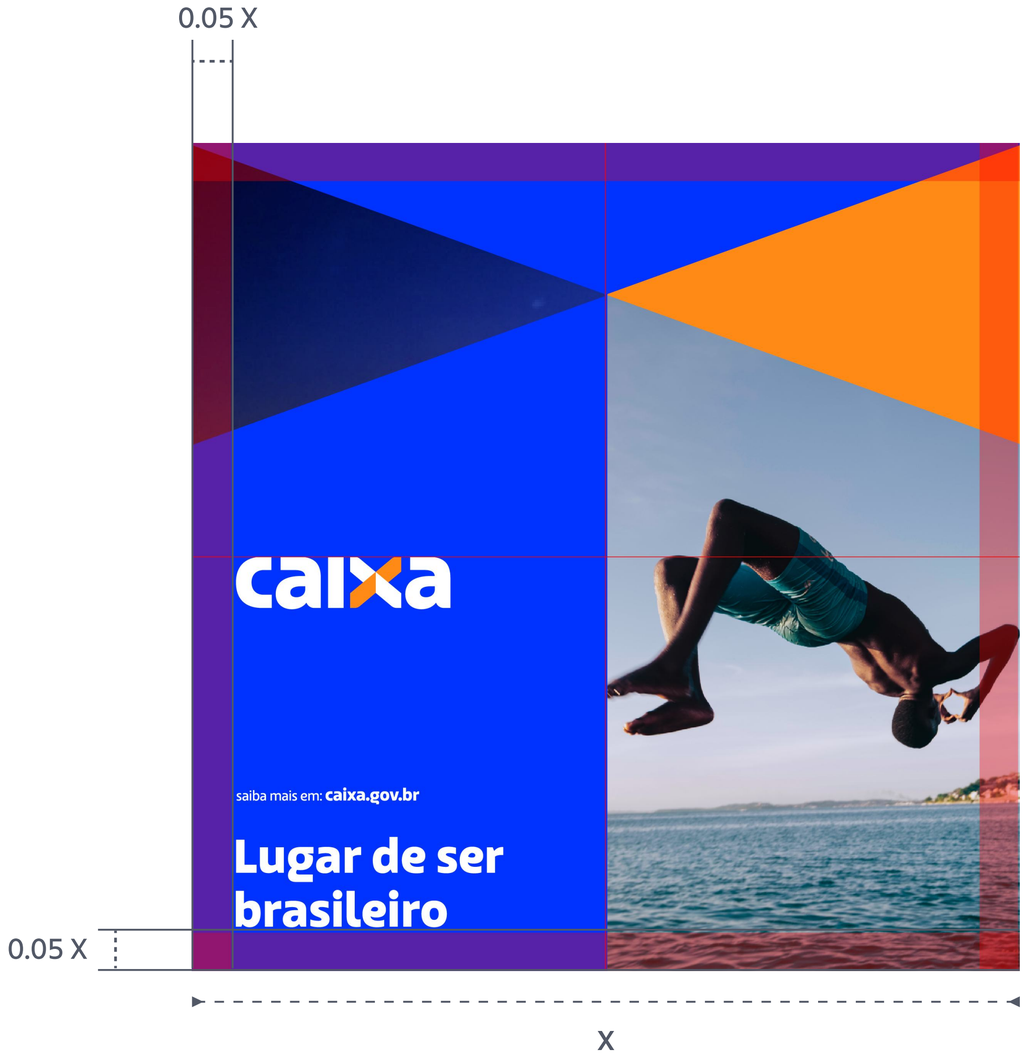




ESTRUTURA DA COMPOSIÇÃO

Grid, posicionamento e escala operam como base dessa construção. São eles que garantem consistência, clareza e replicabilidade nas diferentes aplicações.

Margem interna
A margem interna equivale a 5% da largura total do menor lado da composição. Ela deve ser sempre utilizada para textos, informações legais e assinaturas, com liberdade para ser extrapolada em casos de uso de fotografias e ilustrações.



Atenção:
As fotografias deste guia têm fins ilustrativos e não possuem autorização para uso em materiais de comunicação externa.

BOAS PRÁTICAS DE COMPOSIÇÃO

As boas práticas de composição garantem clareza e consistência na aplicação da marca. Os elementos devem respeitar o grid, mantendo alinhamentos e espaçamentos bem definidos.

A marca deve ocupar posições estratégicas, sem competir com outros elementos.

A hierarquia entre imagem, tipografia e cor deve ser evidente e organizada.













Atenção:
As fotografias deste guia têm fins ilustrativos e não possuem autorização para uso em materiais de comunicação externa.

RÉGUA DE EXPRESSÃO GRÁFICA

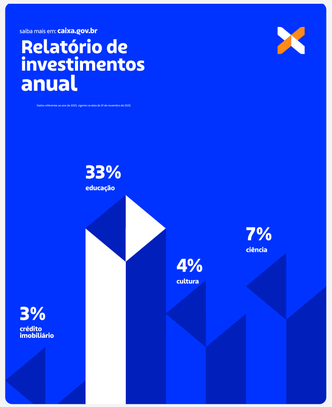
A expressão gráfica da marca varia conforme o contexto, sem perder a unidade. O sistema permite desde aplicações mais contidas, diretas e institucionais até composições mais expressivas e elaboradas.

Essa elasticidade é sustentada pelos mesmos princípios de construção, garantindo coerência em diferentes níveis de complexidade.

Atenção:
As fotografias deste guia têm fins ilustrativos e não possuem autorização para uso em materiais de comunicação externa.

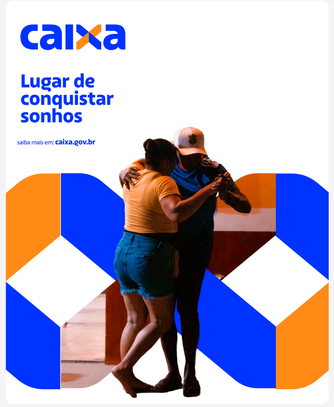
O uso de layouts com predominância de cores secundárias é restrito a ecossistemas oficiais da Caixa (como feeds de redes sociais, site ou agências), em que o Azul Caixa já é a cor dominante no contexto da peça. Peças isoladas e independentes (como e-mail marketing, mala direta ou anúncios avulsos) devem manter o Azul Caixa como cor principal.
A regra completa e as proporções de aplicação estão detalhadas na página de Cores deste guia.















Menor expressão gráfica

Maior expressão gráfica

Menos cores
Menos elementos gráficos
Menos fotografias

Prioriza o uso de elementos primários de marca em composições mais simples e diretas, para facilitar o reconhecimento imediato.
Recomendado, para peças com o objetivo de apresentar a marca fora do ecossistema da Caixa de forma independente como e-mail marketing, mala direta, anúncios avulsos, campanhas de reconhecimento de marca etc.

Mais cores
Mais elementos gráficos
Mais fotografias

Possibilita o uso de elementos gráficos mais diversos e cores secundárias, explorando a elasticidade da marca no ecossistema da Caixa, uma vez que o reconhecimento já existe.
O uso de layouts com predominância de cores secundárias é restrito a ecossistemas oficiais da Caixa (como feeds de redes sociais, site ou agências), onde o Azul Caixa já é a cor dominante no contexto da peça.



Novembro de 2026

Para ajustes, atualizações ou esclarecimento de dúvidas,
entre em contato com a área responsável pela
identidade corporativa da Caixa.