

MANUAL DE MARCA ECOPETROL BRASIL



DESCRIÇÃO E ATRIBUTOS

Ecopetrol, empresa colombiana fundada em 1951

Somos a maior organização da Colômbia e eixo de um grupo de empresas em processo de expansão internacional.

Somos uma empresa integrada

Participamos de todos os elos da cadeia de hidrocarbonetos, desde a busca e produção de petróleo e gás, até sua comercialização e transformação em combustíveis e produtos de maior valor agregado, como os petroquímicos.

Nosso nome e nosso logotipo são o eixo do nosso sistema de identidade visual, que inclui slogan, tipografia corporativa, paleta de cores e diversas aplicações.

A iguana verde, ou Iguana-Iguana, espécie nativa da nossa terra, é o centro do nosso logotipo.

A iguana projeta vida, assim como a Ecopetrol. Ao longo de milhares de anos evoluiu, apoiando as alterações climáticas e demonstrando a sua grande capacidade de adaptação.

A importância da vida está representada na palavra Ecopetrol, em que o prefixo “eco” se refere ao compromisso com o meio ambiente que adquirimos ao longo de nossa operação.

A iguana verde é para nós um símbolo dinâmico que acompanha o logotipo “Ecopetrol” em diversas posições. A iguana por si só também pode representar visualmente a organização em determinados contextos.



INTRODUÇÃO

A identidade visual da Ecopetrol Brasil é um ativo estratégico fundamental. **Mais do que logotipo, cores e tipografia, ela traduz nossos valores e fortalece a conexão com todos os públicos.**

Este manual apresenta as diretrizes essenciais para garantir consistência e impacto em cada aplicação da marca. **Seu objetivo é orientar o uso correto dos elementos visuais, evitando distorções e preservando a força da nossa identidade.**

Todos os logotipos e ícones da Ecopetrol Brasil foram desenvolvidos em ilustração vetorial, garantindo qualidade em qualquer formato ou tamanho. As versões oficiais estão disponíveis para download em nossos canais institucionais.

O uso da marca deve sempre respeitar estas orientações e observar as normas de licenciamento e direitos autorais. Em caso de dúvidas, consulte o time de comunicação da Ecopetrol Brasil.



LOGOTIPO

O logotipo da Ecopetrol Brasil combina símbolo e nome em uma unidade gráfica única. Essa composição traduz a identidade da marca e deve ser sempre aplicada em sua forma oficial para preservar consistência e reconhecimento.



Elementos básicos



Símbolo:

A iguana representa vitalidade, natureza e movimento, sendo a expressão máxima da marca. O símbolo pode ser aplicado de forma isolada ou em recortes, desde que a associação com a Ecopetrol Brasil seja clara e evidente.

Nome:

O nome logotípico é composto por ECO em amarelo e PETROL em verde, acompanhados da palavra "Brasil" em preto. Essa construção deve ser preservada integralmente, sem variações, e nunca pode aparecer de forma independente, sem o símbolo.

Tudo que for produzido em nome da Ecopetrol deve passar por validação da Comunicação, garantindo consistência e alinhamento com a identidade oficial da marca.

Construção



Construção:

O logotipo segue um grid de construção que garante proporção e equilíbrio em qualquer aplicação. O módulo base é a altura da letra "L" da palavra EcoPetrol, e todo o conjunto está estruturado dentro de uma malha de 8 x 1 L. Essa referência deve ser usada em casos em que não seja possível utilizar os arquivos oficiais.

Área de respiro



Área de respiro:

O espaço livre ao redor do logotipo assegura legibilidade e destaque. Nenhum elemento pode invadir essa zona de isolamento, que corresponde a pelo menos 1 módulo "L" em cada lado do símbolo. Quando houver aplicação junto a slogans ou mensagens adicionais, a mesma margem deve ser respeitada, funcionando como borda de proteção do conjunto.

Redução mínima



Redução mínima:

Para garantir leitura adequada em qualquer meio, o logotipo não deve ser utilizado abaixo dos limites definidos. Em materiais impressos, recomenda-se o mesmo cuidado para evitar perda de qualidade e detalhamento.

USOS PERMITIDOS (FUNDOS ESCUROS)



USOS PERMITIDOS (FUNDOS CLAROS)

A CORES



A CORES EM TRAÇO



EM PRETO E BRANCO



EM TONS DE CINZA



USOS PROIBIDOS

MUDAR AS PROPORÇÕES

MUDAR A COR

MOVER A IGUANA

SUPRIMIR ELEMENTOS


ecopETROL
BRASIL


ecopETROL
BRASIL


ecopETROL
BRASIL

ecoPETROL
BRASIL

ecoPETROL  BRASIL

ecopETROL  BRASIL

ecoPETROL  BRASIL

ecoPETROL BRASIL

PALETA DE CORES

As cores são parte essencial da identidade visual da Ecopetrol Brasil. Junto ao logotipo e ao símbolo, elas reforçam a presença da marca e ajudam a gerar reconhecimento em diferentes contextos.

A paleta é dividida em **cores primárias e cores secundárias**. As primárias são a base da identidade e devem estar sempre presentes. As secundárias funcionam como apoio e complementam a comunicação, mas nunca substituem as cores principais. Sempre que usadas, devem ocupar área igual ou menor. **Recomenda-se evitar o uso do laranja e cores fluorescentes como fundo em grandes áreas.**

Cores primárias

PANTONE: 109C
CMYK: 0-10-100-0
RGB: 255-211-0
HEX: #F7DB17

PANTONE: 382C
CMYK: 30-0-100-0
RGB: 203-211-0
HEX: #CCD32A

PANTONE: 3308C
CMYK: 10-0-60-72
RGB: 0-66-55
HEX: #004236

Cores secundárias

PANTONE: 166C
CMYK: 0-64-100-0
RGB: 237-119-3
HEX: #FF5F00

PANTONE: 282C
CMYK: 10-68-0-54
RGB: 0-47-96
HEX: #00214D

PANTONE:
COOL GRAYC
CMYK: 0-0-0-31
RGB: 195-197-198
HEX: #B5OAD

PANTONE:
BLACK 7C
CMYK: 0-0-15-82
RGB: 83-83-7
HEX: #403833

TIPOGRAFIAS

A tipografia é um dos elementos centrais da identidade visual da Ecopetrol Brasil. Ela garante clareza, consistência e reforça o reconhecimento da marca em todos os pontos de contato.

TIPOGRAFIA PRINCIPAL ECOPETROL REGULAR

Fonte corporativa criada exclusivamente para a marca, sem variações em itálico ou negrito. **Seu uso é reservado a aplicações institucionais de maior destaque**, como o nome “Ecopetrol” dentro do logotipo, títulos de publicações, apresentações e nomes de subsidiárias. **Essa fonte não deve ser utilizada em blocos longos de texto corrido nem aplicada em excesso.**

TIPOGRAFIA ECOPETROL

A Ecopetrol possui uma tipografia corporativa desenhada exclusivamente para a empresa, sem variantes de largura ou versões como itálico e negrito.

ECOPETROL REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789.,;:;%&(!)?+ -=*

Usos:

- Nome “Ecopetrol” dentro do símbolo do logotipo.
- Nomes de subsidiárias.
- Cabeçalhos ou títulos curtos de publicações corporativas, apresentações, comunicados e aplicações em grande formato.

Esta fonte não deve ser usada em excesso ou aplicada no corpo do texto.

TIPOGRAFIA COMPLEMENTAR FAMÍLIA HELVÉTICA

Fonte complementar utilizada pela Ecopetrol Brasil, **indicada para títulos, subtítulos e também para textos extensos em materiais gráficos e comunicações corporativas.** Quando necessário, pode ser combinada à Cambria, aplicada como corpo de texto para garantir conforto em materiais longos. Essas fontes são comerciais, sujeitas a direitos de uso, e não estão disponíveis para download neste manual.

HELVÉTICA REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,;:;%&()!?+*=

HELVÉTICA ITÁLICO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,;:;%&()!?+=*

HELVÉTICA NEGRITO

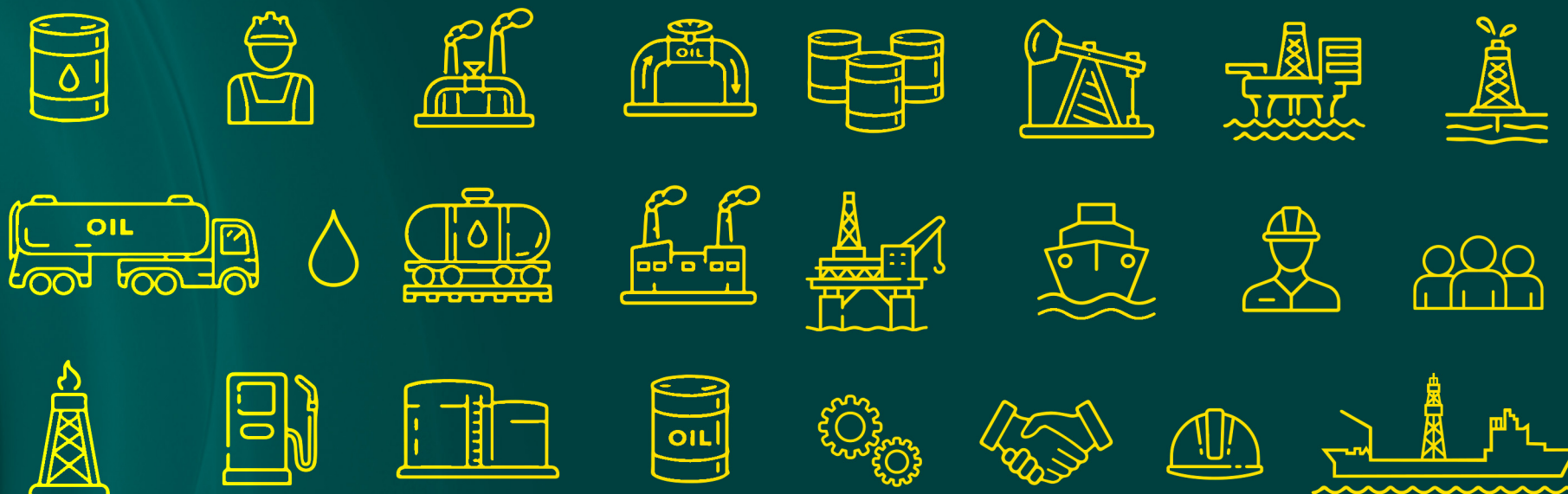
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,;:;%&()!?+*=

HELVÉTICA NEGRITO ITÁLICO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,;:;%&()!?+*=

PICTOGRAMAS

Pictogramas são representações simplificadas de objetos e conceitos. Ao lado estão alguns modelos da Ecopetrol Brasil. Caso seja necessária a criação de um novo pictograma para os materiais de comunicação, deve-se seguir a mesma linha gráfica dos demais, mantendo uma unidade visual. O principal elemento de estilo dos pictogramas Ecopetrol é que todos devem ser desenvolvidos apenas com contornos, sem áreas preenchidas e possuírem a mesma espessura quando aplicados em conjunto. Podem ser em positivo ou negativo.



ELEMENTOS GRÁFICOS

Os elementos gráficos da Ecopetrol Brasil expandem a identidade visual para além do logotipo. Inspirados na **fauna e flora brasileiras**, reforçam vitalidade, crescimento e conexão com a biodiversidade local. Seu estilo é **ilustrativo/vetorial com profundidade**, não são fotografias realistas nem formas totalmente planas. Trabalham com **blocos de cor chapados e variações de tons**, criando volume sem parecer 3D, e **com traço limpo e artístico**, que transmite brasilidade, energia e autenticidade.

Para manter consistência:

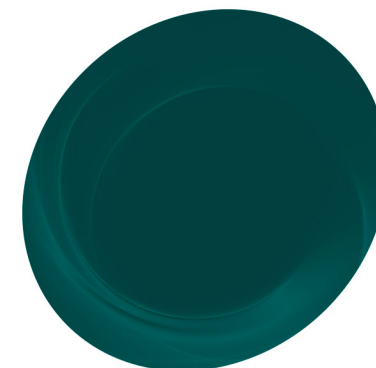
Fauna – priorizar animais marítimos, reforçando a ligação da Ecopetrol com o mar e a energia.

Flora – folhagens tropicais são os elementos preferenciais, aplicados como planos de fundo, detalhes ou molduras.

Equilíbrio – os elementos devem complementar a composição, sem excesso e sem competir com o logotipo ou a mensagem principal.

Integração – sempre aplicados como parte do fundo ou da composição visual, e não como protagonistas da peça.

EXEMPLOS



DESTAQUES TIPOGRÁFICOS COM ELEMENTOS GRÁFICOS

Em algumas aplicações, a tipografia pode receber preenchimento com **elementos gráficos ilustrados**, como folhagens tropicais. Esse recurso deve ser usado apenas em títulos ou chamadas principais, funcionando como **destaque visual** e nunca como corpo de texto.

Regras de uso:

Utilizar sempre com moderação, para não comprometer a legibilidade.

Respeitar a paleta oficial de cores e o estilo de ilustração definido pela marca.

Evitar aplicar em textos longos ou secundários.

Garantir contraste suficiente para leitura em diferentes fundos.

EXTRAÇÃO

AÇÃO



PADRÃO FOTOGRAFICO

Em bancos de imagem, busque cenas com plasticidade visual e ângulos inusitados e que transmita eficiência, qualidade, tecnologia e excelência. Imagens do segmento são importantes para a conexão com a identidade visual.



MATERIAIS IMPRESSOS E MERCHANDISING

A identidade visual da Ecopetrol Brasil deve aparecer em todos os produtos e materiais de forma clara e consistente. **O logotipo deve ser aplicado em sua versão oficial, respeitando cores, proporções e áreas de respiro definidas neste manual.**

Tudo que for produzido em nome da Ecopetrol deve passar por validação da Comunicação, garantindo consistência e alinhamento com a identidade oficial da marca.



TV CORPORATIVA E TELAS

Nas comunicações internas, como TV corporativa e telas digitais, a identidade deve ser aplicada de maneira simples e de alta legibilidade. O logotipo deve sempre estar em destaque e em contraste adequado com o fundo.

Os elementos gráficos podem complementar a mensagem, mas não devem competir com a informação principal.



REDES SOCIAIS

A comunicação da Ecopetrol Brasil nas redes sociais deve combinar impacto visual e clareza de mensagem, respeitando a identidade da marca e as particularidades dos formatos digitais.

Os títulos são o ponto de entrada: curtos, em caixa alta e aplicados com contraste para garantir leitura rápida em telas pequenas. O design pode utilizar tanto fundos fotográficos institucionais quanto ilustrações no estilo Ecopetrol, sempre enriquecidos por elementos gráficos oficiais como folhagens tropicais, a iguana e texturas orgânicas.

Para aproximar a marca das pessoas, recomenda-se destacar colaboradores em fotografias ou ilustrações, reforçando brasilidade, proximidade e autenticidade.

Mais do que replicar regras já apresentadas no manual, os posts devem transmitir energia, vitalidade e consistência, traduzindo a presença da Ecopetrol de forma única nos ambientes digitais.



EMAIL MARKETING

Os e-mails institucionais da Ecopetrol Brasil seguem um padrão visual consistente, que reforça a identidade da marca em todas as comunicações.

Cabeçalho

Logotipo sempre no topo, seguido de títulos fortes em caixa alta. As cores devem ser escolhidas dentro da paleta oficial, garantindo contraste adequado com o fundo. Esse fundo deve respeitar o padrão de ilustração da marca, utilizando folhagens, texturas orgânicas ou fotografias tratadas no estilo Ecopetrol.

Corpo do e-mail

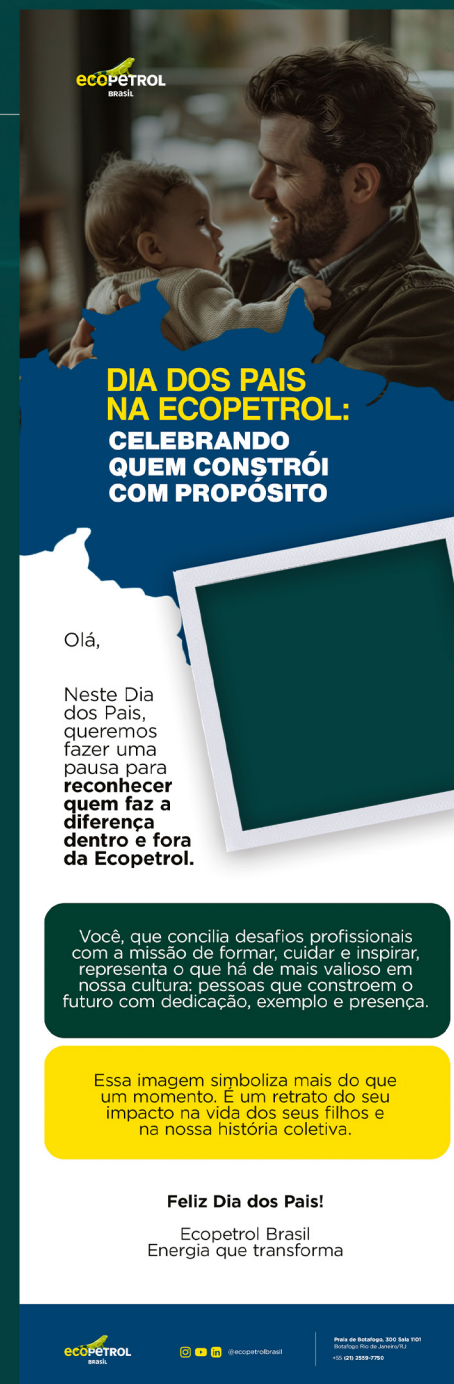
Textos curtos, objetivos e com áreas de respiro que garantam legibilidade. Sempre que possível, incluir imagens de colaboradores ou ilustrações que expressem brasilidade e proximidade.

Rodapé

Aplicar logotipo, ícones das redes sociais oficiais e endereço institucional, padronizados em todas as peças.

Chamada para ação (CTA)

Deve ser clara e visível, em botões de cor contrastante dentro da paleta oficial. Manter equilíbrio entre os elementos gráficos e a mensagem principal, evitando sobrecarga visual.



TOM DE VOZ DA COMUNICAÇÃO INTERNA

Definir o “tom de voz” da comunicação interna é crucial para garantir que todas as mensagens da Ecopetrol reflitam os valores e a cultura da empresa, criando “senso de pertencimento” e conexão.

1 CARACTERÍSTICAS GERAIS:

O tom de voz da comunicação interna da Ecopetrol deve ser:

Animado e Entusiasmado: Reflexo de uma empresa que está em crescimento e com muitos projetos promissores no futuro. As comunicações devem transmitir energia positiva e confiança.

Próximo e Acessível: A linguagem deve ser clara e acolhedora, evitando formalidades excessivas, para que os colaboradores sintam que fazem parte de um time unido e que são importantes para o sucesso da empresa.

Motivador e Inspirador: As mensagens devem inspirar os colaboradores a se sentirem orgulhosos de trabalhar na Ecopetrol, reforçando a ideia de pertencimento e contribuição individual para o sucesso coletivo.

Confiante e Inovador: De uma empresa que não só busca expandir suas operações, mas também liderar em inovação e sustentabilidade no setor de energia.

2 TOM DE VOZ ADAPTADO PARA O CONTEXTO LOCAL:

Embora a Ecopetrol seja uma empresa global com sede na Colômbia, o tom de voz da comunicação interna no Brasil deve ser adaptado para o contexto e a cultura local:

Próximo e Conversacional: Evitar formalidades que possam criar distanciamento.

Incluir Elementos Locais: Trazer referências e exemplos do Brasil, celebrando marcos e conquistas locais, mostrando que a empresa está atenta ao mercado brasileiro.

Valorização do Time Local: Destacar que o crescimento da empresa no Brasil está diretamente relacionado ao esforço e trabalho dos colaboradores locais.

3. DIRETRIZES PARA A LINGUAGEM:

Seja Positivo e Encorajador: Exemplo de Aplicação: “Estamos a poucos passos de concluir esse grande projeto! Juntos, faremos isso acontecer!”

Mantenha a Comunicação Simples e Clara: Use uma linguagem simples, direta e acessível. Evite jargões complicados ou termos técnicos que possam não ser compreendidos por todos.

Exemplo de Aplicação: “Estamos implementando uma nova política para garantir mais transparência nas nossas operações. Saiba mais sobre como ela vai funcionar.”

Promova a Inclusão: Use uma linguagem inclusiva que valorize a diversidade, garantindo que todos os colaboradores se sintam parte do time.

Exemplo de Aplicação: “Toda a nossa equipe está convidada a participar do projeto. Juntos, vamos alcançar grandes resultados!”

3. DIRETRIZES PARA A LINGUAGEM:

Transmita Orgulho e Pertencimento: Valorize a contribuição de cada colaborador e o impacto do trabalho coletivo na construção de um futuro promissor.

Exemplo de Aplicação: “Aqui na Ecopetrol, cada conquista é reflexo do trabalho incrível que fazemos juntos. Você é parte fundamental dessa história.”

Energético e Dinâmico: Use uma linguagem que motive e transmita energia, especialmente ao comunicar marcos, conquistas e novidades.

Exemplo de Aplicação: “Um novo projeto está prestes a começar! Estamos prontos para transformar o futuro da energia!”

