



BRA  
DDA

# Manual de Marca

## — Calmô

**O Manual de Marca é um documento que mostra o que a marca acredita, como se comunica e como se parece.**

**É muito importante que este material seja lido por todas as pessoas envolvidas na manutenção e divulgação da marca Calmô.**

**A partir da leitura atenta deste material, é possível garantir uma comunicação clara e construir uma imagem consistente na mente de seus diferentes públicos.**

O estilo gráfico dessa apresentação segue o universo visual da Bradda, não devendo ser utilizado como referência visual para a sua empresa.

## Sumário

<b>Propósito</b>	<b>4</b>	<b>Exemplos de Aplicação</b>	<b>28</b>
Golden Circle	5		
Plataforma de Marca	6		
Tagline	11		
Manifesto de Marca	12		
Frases de Efeito	13		
Descrição da Marca	14		
<b>Universo Visual</b>	<b>15</b>	<b>Manual de Marca</b>	<b>39</b>
Marca Gráfica	16	Versões da Marca Positiva	40
Assinatura	17	Versões da Marca Negativa	41
Paleta Cromática	18	Versões da Marca Fundo Bege	42
Tipografia	19	Versões da Marca Fundo Azul	43
Ilustrações	20	Versões da Marca Mono Branco	44
Fotografia	21	Versões da Marca Fundo Preto	45
Frases Calmô	26	Dimensões da Marca	46
Composição de Feed	27	Área de Segurança Principal	48
		Redução Máxima	50
		Assinatura Responsiva	52
		Usos Incorretos	53



# Propósito

Propósito é a essência da empresa, sua razão para existir. Fala do que ela acredita e está propondo ao mundo, é a principal promessa que a marca faz e deve cumprir.



## Golden Circle

### O que a Calmô faz?

Cafeteria especializada em cafés e cookies.

### Como a Calmô faz?

Com uma experiência de compra prática e rápida, oferecemos cafés especiais e cookies artesanais com o mesmo padrão de qualidade, em um ambiente democrático e amigável.

### Por que a Calmô faz?

Para que as pessoas tenham pequenos momentos de leveza e conforto no dia a dia, proporcionando sentimentos de acolhimento e tranquilidade.

**Democrática**

**Espontânea**

**Alegre**

**Consistente**

**Democrática**

Somos acessíveis e gostamos de acolher de forma igualitária todas as pessoas, independentemente de suas necessidades, sentimentos ou preferência.

**Espontânea**

**Alegre**

**Consistente**

**Democrática**

**Espontânea**

**Alegre**

**Consistente**

Temos a preocupação natural e verdadeira com o bem-estar de cada pessoa, seja cliente, fornecedor ou colaborador. Cultivamos uma atmosfera leve e amigável.

**Democrática**

**Espontânea**

**Alegre**

Alegria é o sentimento presente em todas as nossas relações.  
Trabalhamos com disposição para criar experiências que gerem conforto e felicidade.

**Consistente**

**Democrática**

**Espontânea**

**Alegre**

**Consistente**

Todas as nossas entregas seguem o mesmo padrão de qualidade, para que o cliente tenha cafés e cookies deliciosos sempre que desejar.



# Alegria nas pequenas pausas

Na Calmô, entendemos e valorizamos os pequenos momentos que são capazes de transformar o dia.

Com a alegria, um sentimento que é base para as relações na Calmô, criamos experiências únicas, sob medida para cada pessoa e para cada pausa.

Essa alegria também assume a forma de nossos cafés e cookies, pequenas porções de conforto e felicidade.



# Nosso manifesto

Existimos porque acreditamos que é possível encontrar conforto em pequenas pausas no dia a dia, em momentos em que parar para respirar e observar a vida passar sem pressa é como um abraço na alma.

Por isso, a Calmô se propõe a oferecer um momento de leveza e tranquilidade com a combinação única de sabores de cafés especiais e cookies artesanais, em uma atmosfera leve e amigável.

Todos os dias, nos dedicamos a criar experiências que geram conforto e felicidade. Assim, quem passa pela Calmô recebe mais do que cafés e cookies deliciosos: leva uma porção de tranquilidade para deixar o dia mais feliz.

# Calmô, Cafés e Cookies

Calmô só com cookies e café.

Café na mão e Calmô no coração.

O mundo pede um pouco mais de Calmô.

Café, cookies e Calmô.

Calmô no seu dia.

Seu dia merece Calmô.



## Sobre Nós

Somos uma micro cafeteria especializada em levar uma porção de conforto e leveza para o dia a dia das pessoas. Para isso, oferecemos a combinação perfeita de cafés com cookies.

Em um ambiente acessível e amigável, é possível escolher cafés especiais e cookies artesanais de forma simples e rápida, para que essa pausa no seu dia seja sob medida para a sua rotina.

Do pedido à entrega, tudo acontece com o máximo de praticidade. Assim, sempre que você desejar, pode contar com a combinação de sabores da Calmô para ter um momento de leveza e prazer no seu dia.

# Universo Visual

A seguir, mostraremos o detalhamento por trás da marca gráfica e identidade visual, bem como suas diretrizes de aplicação.



Manual de Marca  
Versão 1.0

calMÔ,

01

\

## Marca Gráfica

A marca gráfica é parte central na construção da imagem corporativa: é o primeiro e mais importante elemento visual envolvido na identificação da empresa.

Da escolha do nome à construção da marca gráfica e elementos do universo visual, a Calmô reforça a ideia de fazer uma pausa para aproveitar pequenos momentos de leveza e conforto.

O logotipo é formado por uma tipografia com curvas suaves e pequenas intervenções que trazem a ideia de conforto, relaxamento e alegria. A mistura de letras maiúsculas e minúsculas também fala de algo espontâneo, amigável e versátil.

O símbolo, que dentro da composição visual da marca entra como um pequeno detalhe, é representado pela vírgula, sinal gráfico de pontuação que indica uma pequena pausa.

Manual de Marca  
Versão 1.0

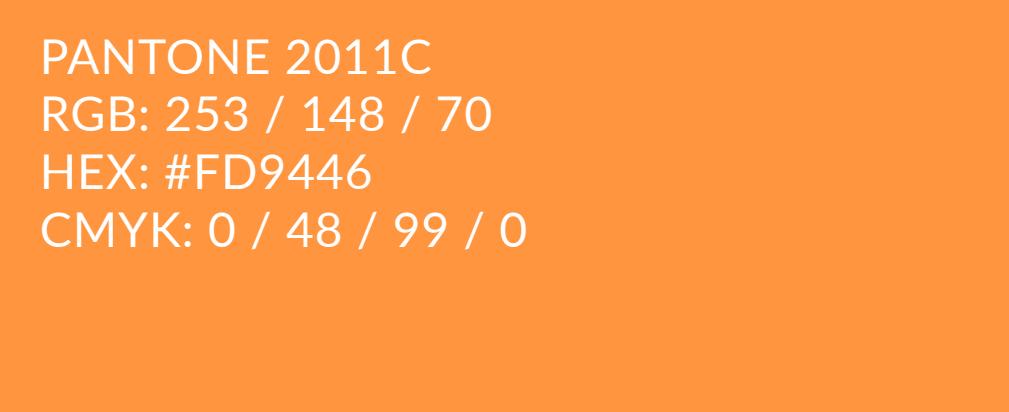
calMÔ,  
CAFÉS e  
COOKIES

02

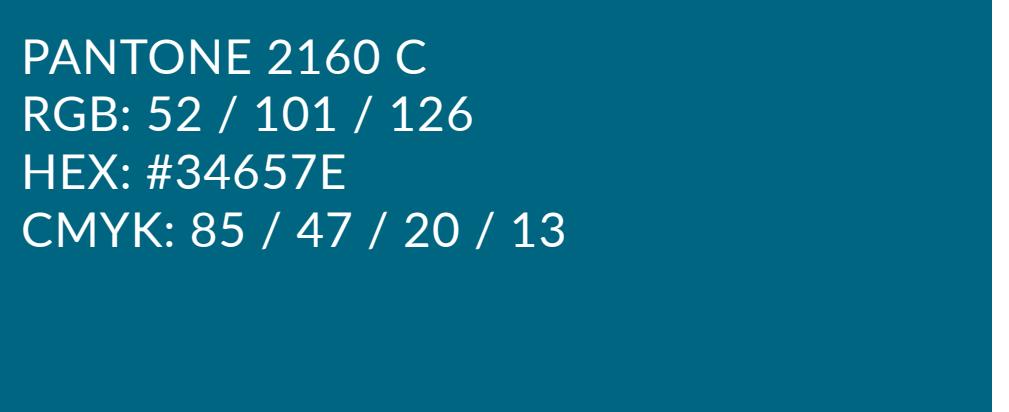
\

## Assinatura

A assinatura de marca da Calmô aproveita o elemento da vírgula para compor uma frase que te convida a fazer uma pausa para apreciar a combinação perfeita de cafés e cookies. Esse recurso reforça o caráter espontâneo e amigável da marca.



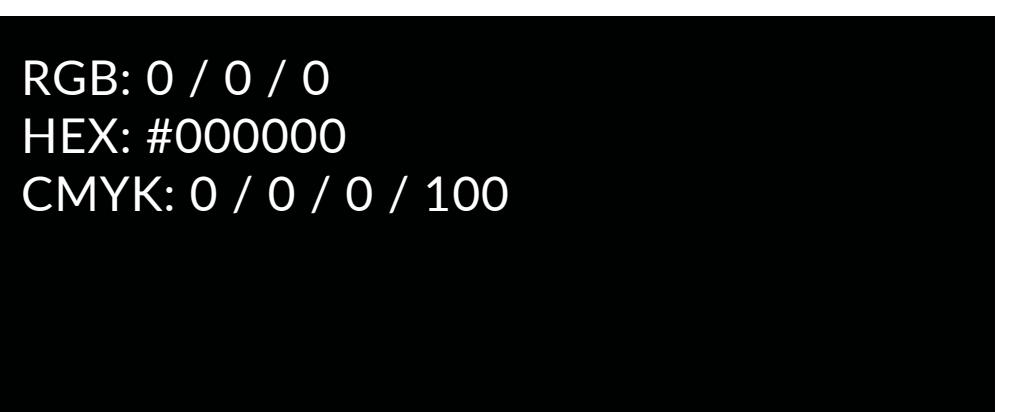
PANTONE 2011C  
RGB: 253 / 148 / 70  
HEX: #FD9446  
CMYK: 0 / 48 / 99 / 0



PANTONE 2160 C  
RGB: 52 / 101 / 126  
HEX: #34657E  
CMYK: 85 / 47 / 20 / 13



PANTONE 7604C  
RGB: 236 / 223 / 206  
HEX: #ECDfce  
CMYK: 4 / 17 / 21 / 7



RGB: 0 / 0 / 0  
HEX: #000000  
CMYK: 0 / 0 / 0 / 100

## 03



### Paleta Cromática

As cores selecionadas para compor a paleta cromática da Calmô ajudam a transmitir a personalidade da marca, bem como a sensação de aconchego que ela proporciona.

O tom de azul menos saturado traz calma e conforto, enquanto que o laranja, aplicado em pequenos detalhes, traz contraste e fala sobre o caráter espontâneo e alegre da marca.

O bege entra como cor de apoio para dar equilíbrio e leveza às aplicações. A cor preta, por sua vez, deve ser utilizada pontualmente na marca gráfica, ilustrações e textos. Evite sua aplicação em grandes áreas ou composições muito escuras.

Respeite as especificações técnicas ao lado na criação ou utilização de quaisquer materiais gráficos da marca, sejam eles impressos ou digitais.

Destques

Oswald

Light, Regular

Semibold ou Bold

Corpo de Texto

Open Sans Regular,

Bold e/ou Itálico

# ALEGRIA NAS PEQUENAS PAUSAS CAFÉS e COOKIES

Somos uma micro cafeteria especializada em levar uma porção de conforto e leveza para o dia a dia das pessoas. Para isso, oferecemos a combinação perfeita de cafés com cookies.

Tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.

A Oswald e a Open Sans são fontes de uso gratuito e podem ser baixadas nos links abaixo:

[HTTPS://FONTS.GOOGLE.COM/SPECIMEN/OSWALD](https://fonts.googleapis.com/specimen/Oswald)

[HTTPS://FONTS.GOOGLE.COM/SPECIMEN/OPEN+SANS](https://fonts.googleapis.com/specimen/Open+Sans)

## 04



## Tipografia

A identidade visual da Calmô utiliza como fontes institucionais a Oswald e a Open Sans, que devem ser utilizada em todos os pontos de contato, sejam eles impressos, digitais ou em vídeo.

A Oswald deve ser utilizada para destaque e chamadas. Seus diferentes pesos podem ser combinados para definir hierarquias ou trazer mais atenção a frases e palavras específicas.

Já a tipografia Open Sans é indicada para textos corridos. Dá-se a preferência para o peso Regular, mas usa-se Light e Bold para diferenciar partes do texto, se necessário, assim como o uso destes mesmos pesos em Itálico.

Como mencionado anteriormente, hierarquia tipográfica pode ser construída pela combinação entre peso e tamanho tipográfico, como mostrado ao lado.

Manual de Marca  
Versão 1.0



## 05

\

## Ilustrações

O Universo Visual da Calmô conta com ilustrações de apoio que ajudam a trazer conexão com o público ao retratar pessoas em diferentes momentos de pausa, reforçando a ideia de que cada pausa é uma experiência única e agradável.

O estilo do traço é minimalista e atemporal, cuidando para não ser infantil. Pequenos detalhes em laranja podem ser utilizados para aumentar a conexão com a marca e trazer espontaneidade.

As ilustrações também podem ser acompanhadas de frases que ajudam a transmitir a personalidade e senso de humor da Calmô, como exemplificado ao lado.

Manual de Marca  
Versão 1.0



## 06

## Fotografia

A fotografia é um recorte capaz de transmitir o espírito da marca, essencial na comunicação nas redes sociais. Por meio dela, é possível evocar emoções e convidar o público para entrar em um universo de momentos especiais.

**Para que a marca transmita uma mensagem consistente, é preciso que as fotografias sejam feitas de acordo com a proposta da Calmô. Assim, as imagens precisam transmitir a sensação de calma, de pausa e de aconchego que estão presentes no DNA da Calmô.** É essencial que essas fotografias compartilhem um mesmo padrão cromático, respeitando os tons escolhidos para a paleta da marca.

Nesse sentido, a paleta de cores da marca inclui o azul, tons de bege e marrom. O laranja também é uma cor sugerida, especialmente em detalhes.

Esses tons não precisam ser exatos, mas é importante que estejam dentro do espectro da paleta da marca. Os tons das cores são trabalhados com menos saturação, exceto o laranja, que pode ser mais destacado quando aparecer.

Existem diferentes tipos de fotos que podem ser utilizadas na composição das redes sociais. Na sequência, conheça exemplos de imagens e suas respectivas orientações.



## 06

\

## Fotografia

### a) Momentos de Pausa

A Calmô entende e valoriza os pequenos momentos, que são capazes de transformar o dia. Este é um conceito importante para a marca, que deve estar representado nas fotografias.

As imagens ao lado exemplificam bem o conceito de momento de pausa: são pessoas, com um semblante feliz e tranquilo, apreciando o que a marca tem a oferecer.

**Para fotos de momentos de pausa, aconselhamos que o foco esteja no sentimento e na sensação das pessoas, seja em um ambiente interno da Calmô, ou em locais públicos com produtos da marca.**

Além do foco no sentimento que as pessoas estão expressando, deve-se levar em consideração a escolha de cores na composição.

O azul e o laranja são as cores da Calmô, cores que transmitem a sensação de calma e de aconchego, o que vai ao encontro do propósito da marca.

Caso não seja possível trabalhar com essas tonalidades no momento da captura da foto, é aconselhável usar filtros na edição, para destacar os tons e manter a coerência visual.



## 06

\

## Fotografia

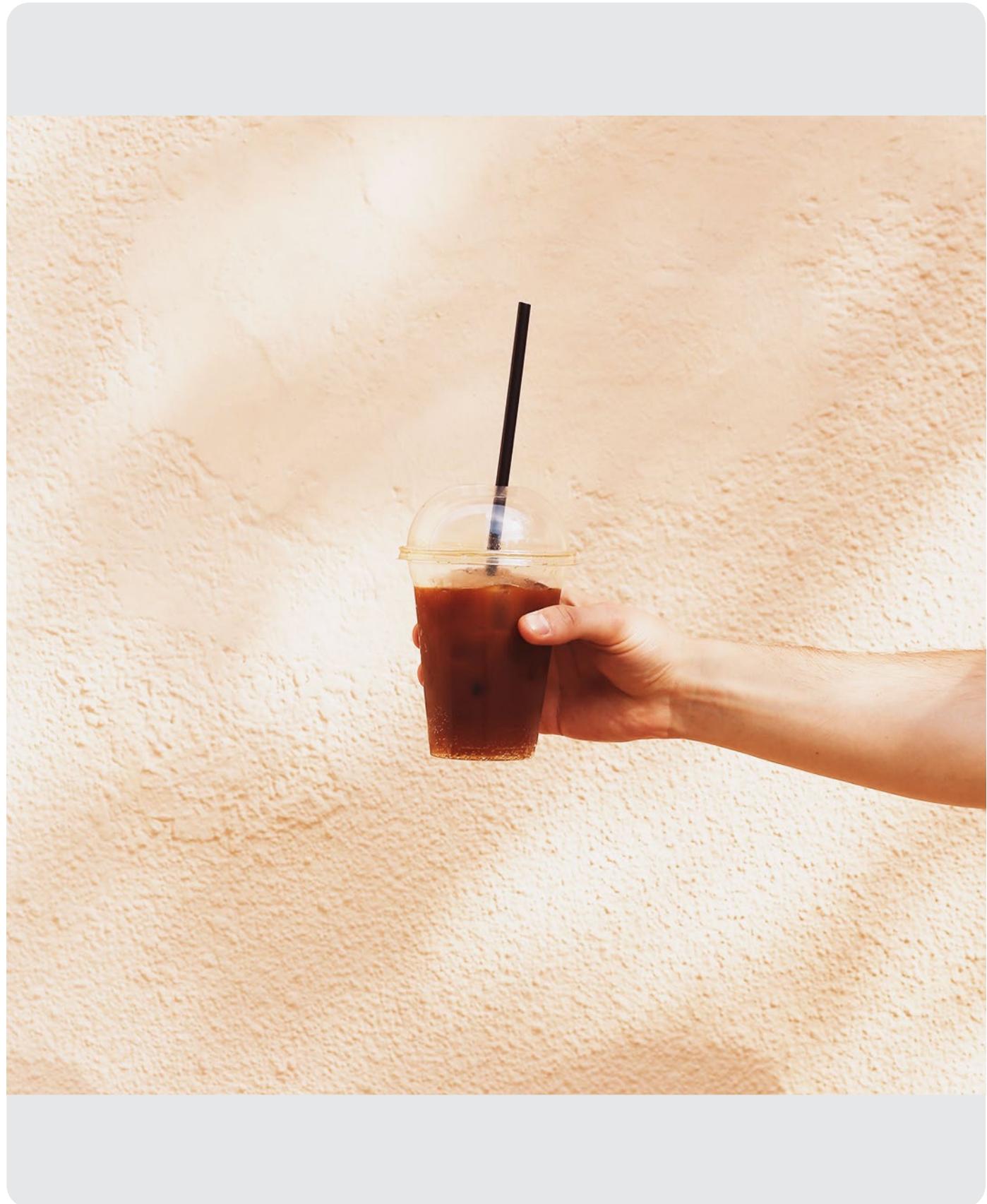
### b) Ambiente Calmô

Quando uma marca possui um ponto físico, é comum que parte do público se interesse em pesquisar o local antes de visitá-lo.

Para contemplar este público, a apresentação do ambiente da cafeteria também deve fazer parte dos materiais de divulgação da Calmô. Nesse caso, as fotos do ambiente Calmô podem apresentar detalhes da estrutura física da cafeteria, assim como os processos para a preparação dos cafés e dos cookies. **Aqui, o foco está nos elementos que estão presentes no espaço da marca.**

É interessante que essas imagens prezem pelo aspecto clean, ou seja, sem outros elementos paralelos que tirem o foco do que está sendo apresentado. Como no exemplo ao lado, as imagens possuem um direcionamento claro do que o público deve perceber.

Como nos outros tipos de fotografia, é importante respeitar a paleta de cores, com tons de azul, bege e marrom, e o laranja em pequenos detalhes, em composições que transmitem clareza, organização e calma.



## 06

\

## Fotografia

### c) Produtos Calmô

Outro elemento que deve estar presente nas fotografias é o que a Calmô faz, os produtos comercializados. Isso porque, é comum que parte do público queira conhecer o visual dos cafés e dos cookies antes de visitar a cafeteria.

Quando as fotografias representarem os produtos Calmô, é preciso que o foco esteja somente nestes elementos. **Para essas imagens, é interessante trabalhar com os momentos prazerosos que os produtos evocam, destacando ainda o toque artesanal que é característico da marca.**

Como demonstrado nos exemplos ao lado, a orientação é captar fotografias de detalhes dos produtos, sem a interferência de elementos paralelos para competir pela atenção de quem observa.

Os cafés e os cookies, por si só, já costumam contar com cores dentro da paleta da Calmô. Mas, caso esses itens sejam posicionados próximos de outros elementos, é preciso se atentar para que todos sigam um mesmo padrão cromático.

Manual de Marca  
Versão 1.0



## 06

\

### Fotografia

#### d) Still Calmô

Still Calmô é o nome dado à fotografia feita em estúdio, que apresenta os produtos e as embalagens com um aspecto visual mais claro, sem a interferência de outros elementos.

Aqui, a ideia é explorar e valorizar os materiais da marca, que incluem copos, caixas, embalagens de cafés, etc. Afinal, parte da experiência de consumo de cafés ou cookies têm relação direta com esses elementos, que também compõem a marca.

Como são fotos produzidas fora do ambiente Calmô, é interessante seguir especialmente a diretriz de paleta de cores.

Assim, o fundo das imagens deve conversar com as embalagens ou produtos apresentados que, por sua vez, respeitam a paleta estabelecida para a marca.

\*As imagens são meramente ilustrativas.



07

\

## Frases Calmô

Além das fotografias de momentos de pausa, ambiente e produtos Calmô, alguns materiais de divulgação podem ser compostos de frases em fundos coloridos.

Para isso, as frases desenvolvidas devem ser construídas com a fonte da Calmô, chamada “Oswald”.

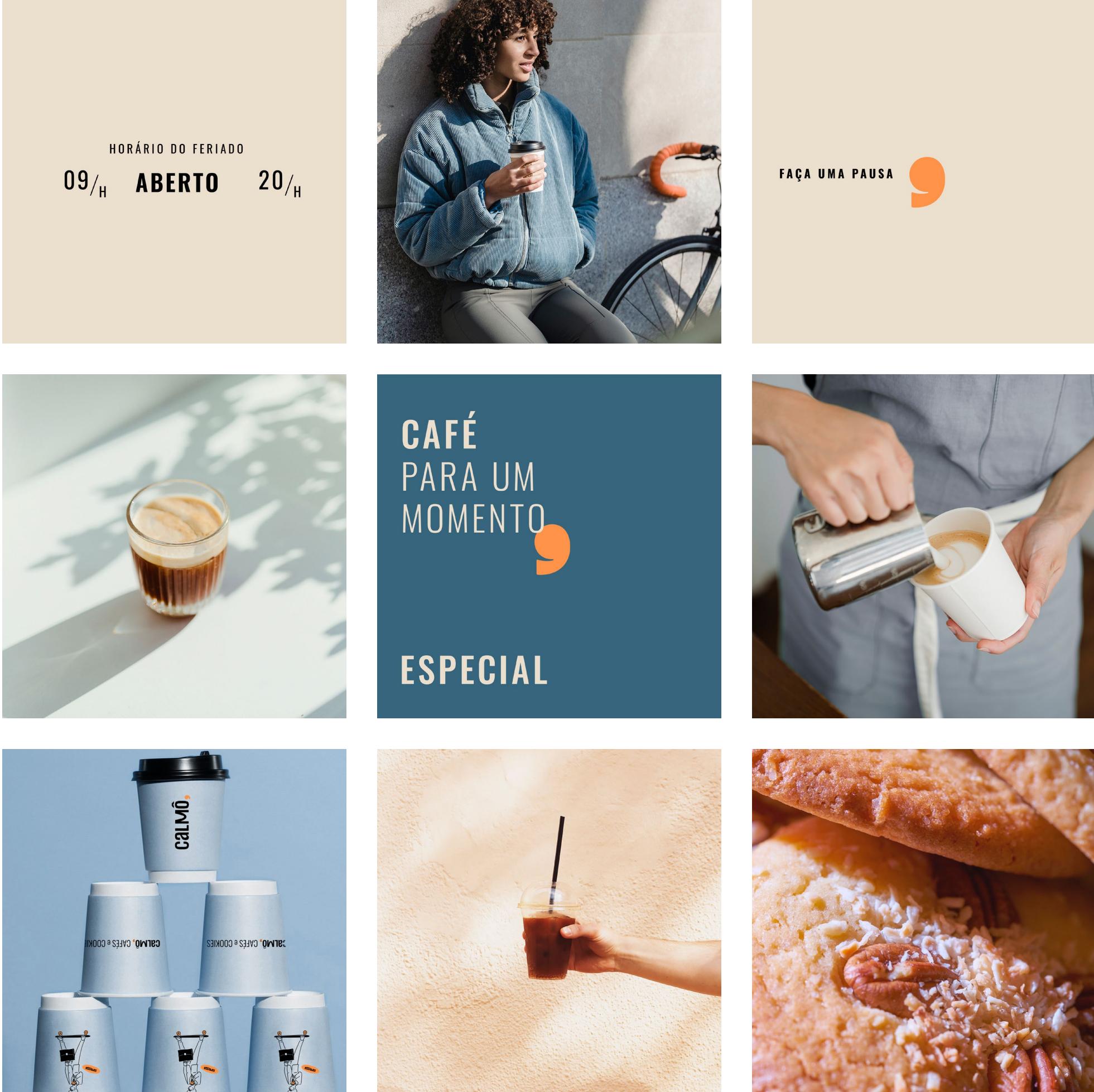
**Nessas publicações, as frases podem reforçar a ideia central da marca, que é fazer uma pausa e apreciar um pequeno momento de descanso. Pode também ser utilizada para compartilhar avisos e informativos.**

É interessante que as frases tenham poucos elementos visuais. Um asset de marca que pode ser aplicado nessas publicações é a vírgula, que representa fazer uma pausa – assim como a própria Calmô.

Na criação das imagens, a atenção deve ser aos detalhes, com o objetivo de trazer layouts interessantes, com boas áreas de respiro para transmitir a sensação de calma.

Quanto à escolha de cores, tons de bege, marrom, azul e laranja (para detalhes) são sempre os mais indicados, garantindo uma coerência visual com o feed.

Manual de Marca  
Versão 1.0



## 08

\

**Composição de Feed**

Oferecer conforto e leveza para as pessoas faz parte do propósito da Calmô. Esses sentimentos também devem fazer parte da comunicação da marca, com forte presença no feed das redes sociais.

**Ao lado, um exemplo de feed demonstra como as sensações de conforto, tranquilidade e leveza podem ser trabalhadas ao longo das publicações.**

Todos os tipos de fotografia exemplificadas anteriormente estão presentes no feed de exemplo e são intercaladas, para que haja um equilíbrio no visual da página.

Como as fotografias e frases seguem um mesmo padrão cromático, é possível perceber que as imagens conversam entre si, apresentando uma comunicação integrada.

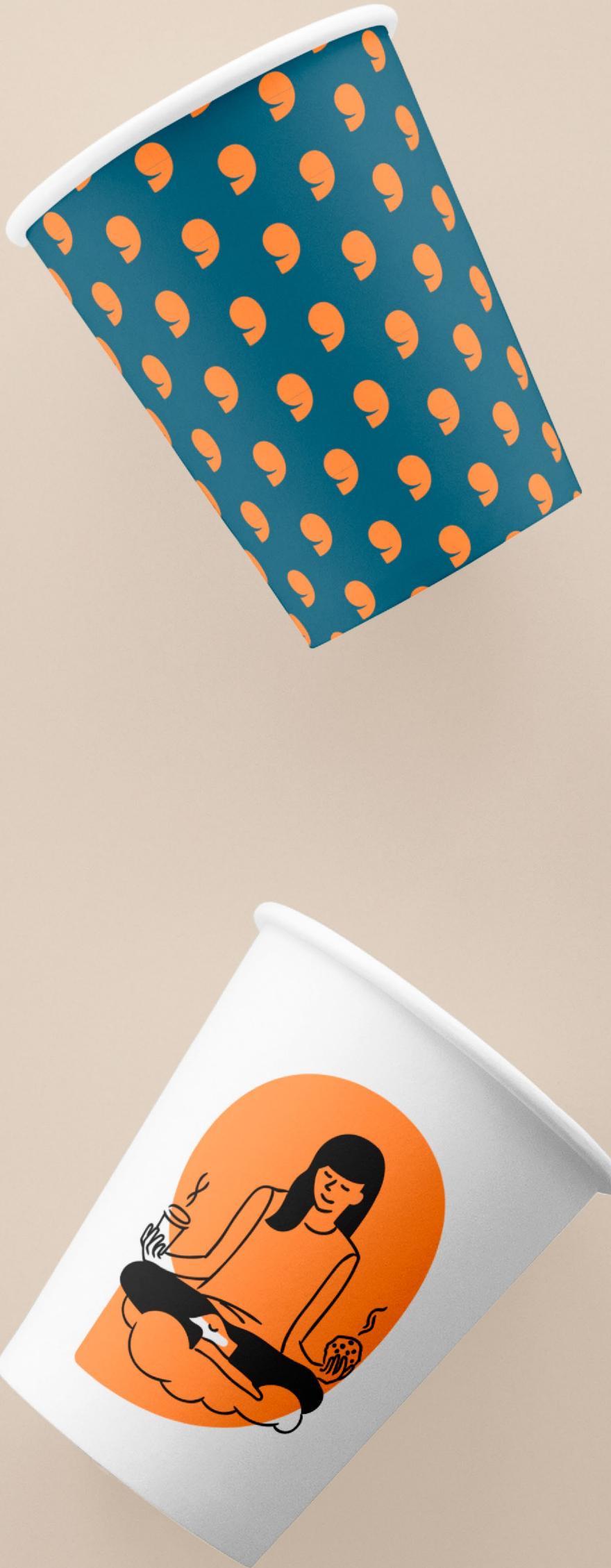
Esse mesmo padrão de cores é responsável por gerar um aspecto organizado e tranquilo, que coloca o público no estado de espírito desejado pela marca: a calma.

Assim, quem acessa a rede social da Calmô, tem uma pequena demonstração de seu propósito e de como vai se sentir ao visitar e consumir os produtos da cafeteria.

# 3

## Exemplos de aplicação

Nesta seção, mostraremos alguns exemplos de aplicação do Universo Visual da marca. As peças a seguir não representam aplicações reais, são apenas exercícios e têm função meramente ilustrativa.



**CAFÉ  
PARA UM  
MOMENTO,  
ESPECIAL**





calmô,  
CAFÉS e  
COOKIES

**calMô,  
CAFÉS e  
COOKIES**



**calMô**



**ALEGRIA NAS PEQUENAS,  
PAUSAS**



**FAÇA UMA PAUSA,  
PARA ENTRAR NO RITMO.**



**FAÇA UMA PAUSA,  
MESMO QUE SEJA ESPRESSO.**



callivô

CAFÉS e COOKIES





ALEGRIA NAS PEQUENAS PAUSAS

# CALMÔ, CAFÉS e COOKIES

09/<sub>H</sub> ABERTO 20/<sub>H</sub>



# Manual de Marca

A seguir, estão dispostas as variações da marca gráfica em suas diversas possibilidades de aplicação, assim como as especificações técnicas referentes à paleta cromática, área de segurança, redução mínima e usos incorretos da marca.

Manual de Marca  
Versão 1.0

1 **calMÔ,**

2 **calMÔ**

3 

4 **calMÔ,**  
CAFÉS e  
COOKIES

5 **calMÔ, CAFÉS e COOKIES**

01

\

## Versões da Marca Positiva

- 1 Marca gráfica
- 2 Logotipo
- 3 Símbolo
- 4 Marca gráfica com assinatura vertical
- 5 Marca gráfica com assinatura horizontal

Manual de Marca  
Versão 1.0

- 1 **calMÔ,**
- 2 **calMÔ**
  
- 3 **,**
- 4 **calMÔ,  
CAFÉS e  
COOKIES**
  
- 5 **calMÔ, CAFÉS e COOKIES**

02

\

## Versões da Marca Negativa

- 1 Marca gráfica
- 2 Logotipo
- 3 Símbolo
- 4 Marca gráfica com assinatura vertical
- 5 Marca gráfica com assinatura horizontal

Manual de Marca  
Versão 1.0

- 1 **calMÔ,**
- 2 **calMÔ**
- 3 **,**
- 4 **calMÔ,  
CAFÉS e  
COOKIES**
- 5 **calMÔ, CAFÉS e COOKIES**

03

\

## Versões da Marca Fundo Bege

- 1 Marca gráfica
- 2 Logotipo
- 3 Símbolo
- 4 Marca gráfica com assinatura vertical
- 5 Marca gráfica com assinatura horizontal

Manual de Marca  
Versão 1.0

1 CALMÔ,

2 CALMÔ

3 ,

4 CALMÔ,  
CAFÉS e  
COOKIES

5 CALMÔ, CAFÉS e COOKIES

04

\

## Versões da Marca Fundo Azul

- 1 Marca gráfica
- 2 Logotipo
- 3 Símbolo
- 4 Marca gráfica com assinatura vertical
- 5 Marca gráfica com assinatura horizontal

Manual de Marca  
Versão 1.0

<sup>1</sup> CALMÔ,

<sup>2</sup> CALMÔ

<sup>3</sup> ,

<sup>4</sup> CALMÔ,  
CAFÉS e  
COOKIES

<sup>5</sup> CALMÔ, CAFÉS e COOKIES

07

\

## Versões da Marca Mono Branco

- 1 Marca gráfica
- 2 Logotipo
- 3 Símbolo
- 4 Marca gráfica com assinatura vertical
- 5 Marca gráfica com assinatura horizontal

Manual de Marca  
Versão 1.0

<sup>1</sup> **calMÔ,**

<sup>2</sup> **calMÔ**

<sup>3</sup> **,**

<sup>4</sup> **calMÔ,  
CAFÉS e  
COOKIES**

<sup>5</sup> **calMÔ, CAFÉS e COOKIES**

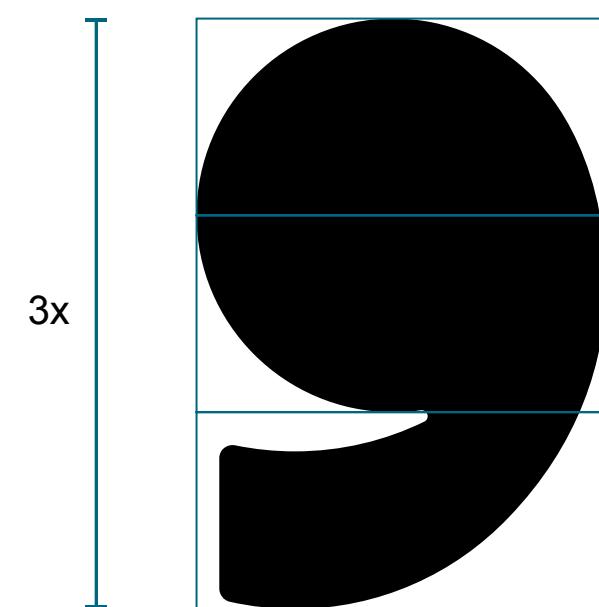
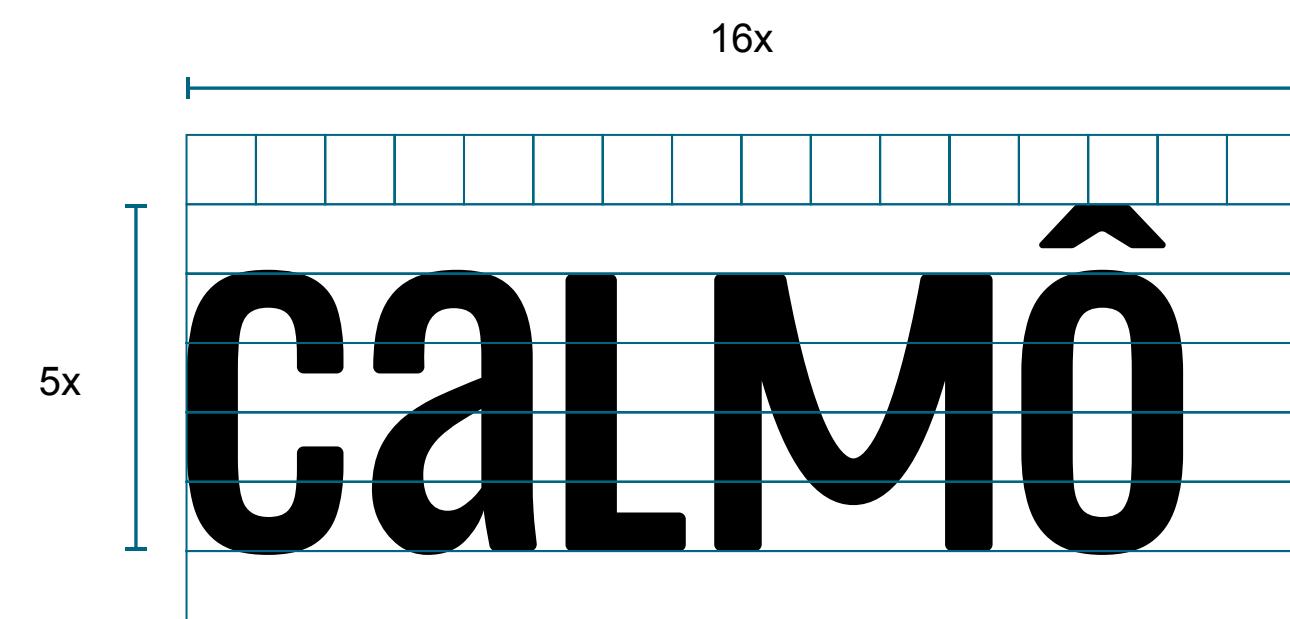
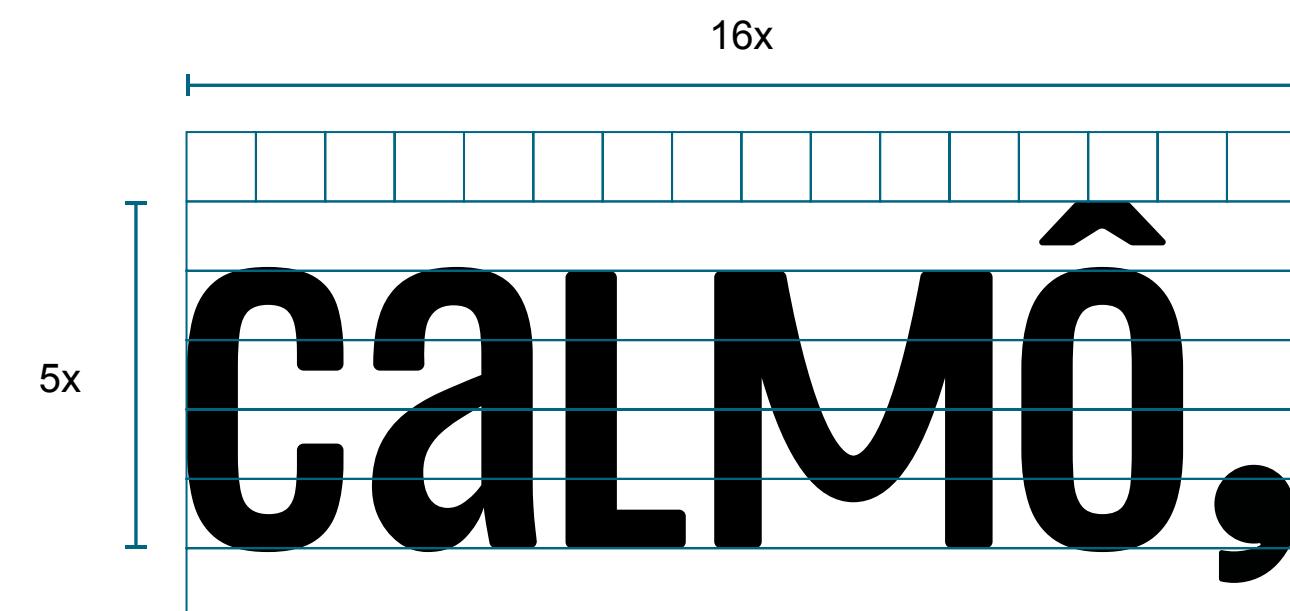
**08**

\

## **Versões da Marca Mono Preto**

- <sup>1</sup> Marca gráfica
- <sup>2</sup> Logotipo
- <sup>3</sup> Símbolo
- <sup>4</sup> Marca gráfica com assinatura vertical
- <sup>5</sup> Marca gráfica com assinatura horizontal

Manual de Marca  
Versão 1.0

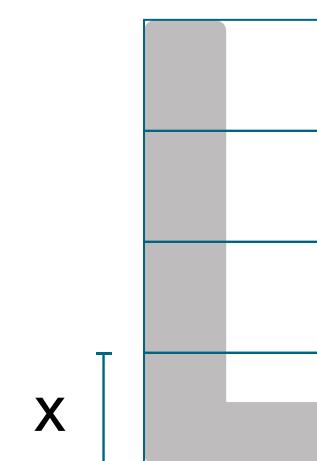


09

\

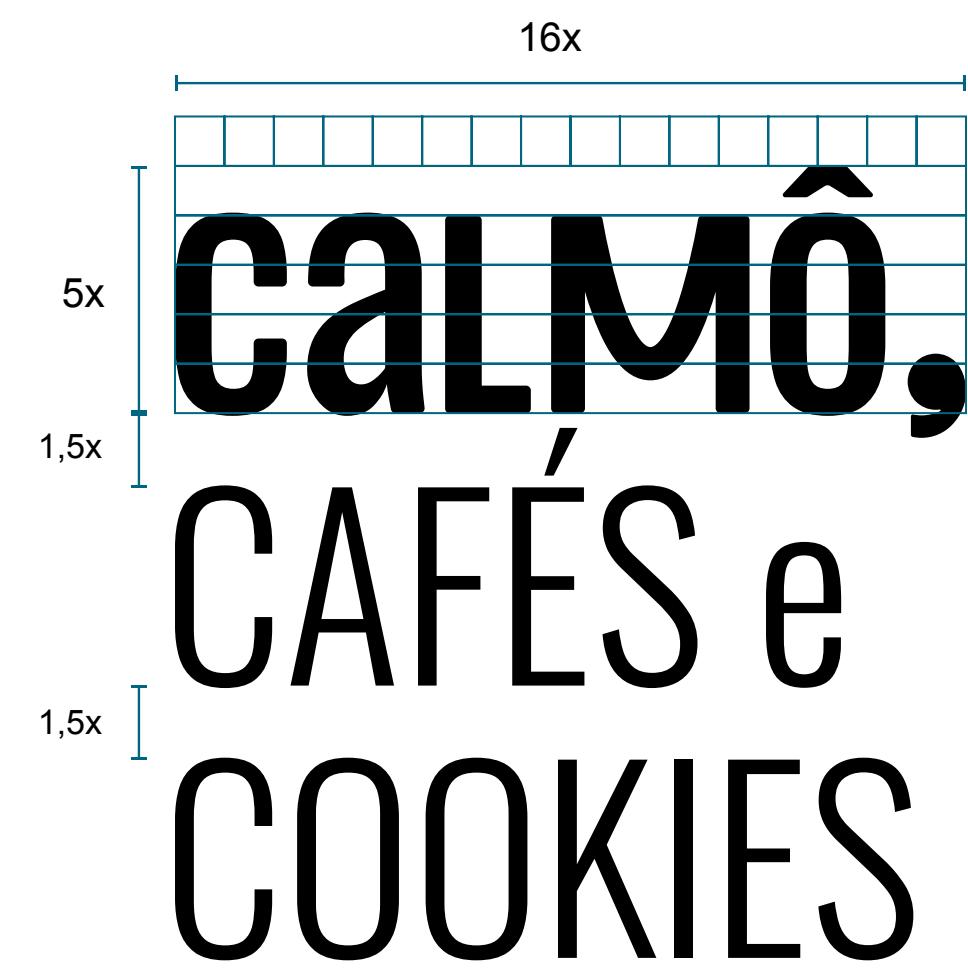
## Dimensões da Marca

Essas são as proporções usadas na composição da marca. Conhecer essas relações pode auxiliar a aplicação da marca fisicamente, como em letreiros e fachadas.



As proporções são calculadas usando 1/4 da altura da letra "L".

Manual de Marca  
Versão 1.0

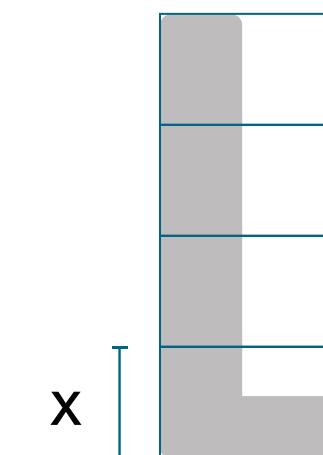


09

\

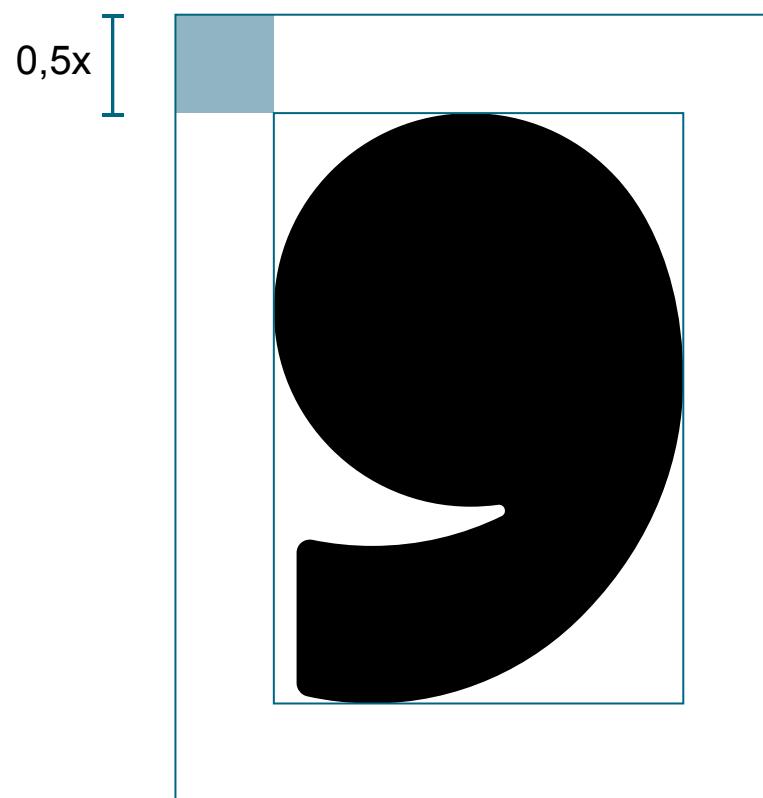
## Dimensões da Marca

Essas são as proporções usadas na composição da marca. Conhecer essas relações pode auxiliar a aplicação da marca fisicamente, como em letreiros e fachadas.



As proporções são calculadas usando 1/4 da altura da letra "L".

Manual de Marca  
Versão 1.0



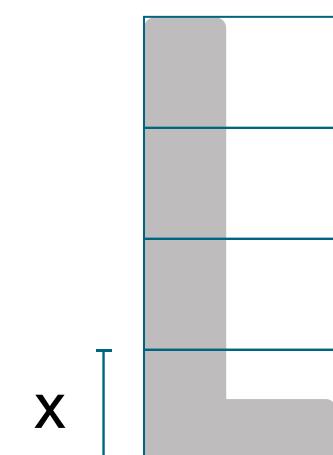
10

\

## Área de Segurança Principal

### Como funciona?

A área de segurança da marca é a margem que deve ser respeitada nas aplicações da mesma. Nenhuma outra informação textual ou visual pode adentrar esta margem de segurança para garantir a integridade da marca.



As proporções são calculadas usando  
1/4 da altura da letra "L".



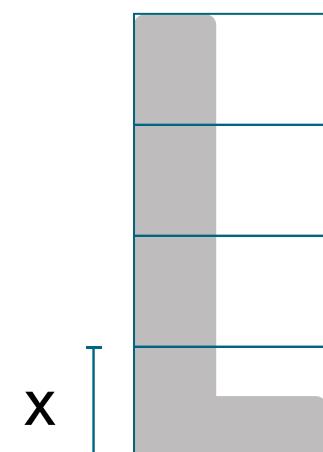
10

\

## Área de Segurança Principal

### Como funciona?

A área de segurança da marca é a margem que deve ser respeitada nas aplicações da mesma. Nenhuma outra informação textual ou visual pode adentrar esta margem de segurança para garantir a integridade da marca.



As proporções são calculadas usando  
1/4 da altura da letra “L”.

Manual de Marca  
Versão 1.0

**CALMÔ,**

↔

8 mm / 35 px

**CALMÔ**

↔

7 mm / 30 px



↔

3 mm / 8 px

**11**

\

## Redução Máxima

Relação das reduções sugeridas para a reprodução da marca em meio físico e digital mantendo sua legibilidade.

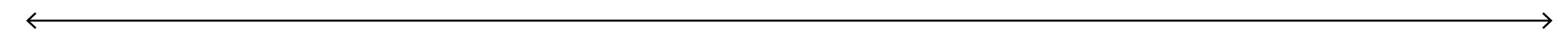
Ao projetar para meios digitais, considerar tanto os padrões de redução física (mm) quanto os de pixelização (px), sempre levando em conta a densidade das telas em pixels/polegadas.

↔

Valores com base na largura da marca.

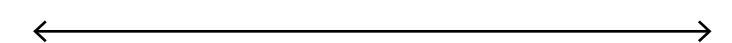
*Obs.: Os tamanhos da marca utilizados ao lado são meramente ilustrativos. As medidas foram definidas em testes de impressão e em tela. É fundamental respeitar as medidas em milímetros e pixels para garantir a integridade da marca.*

# CALMÔ, CAFÉS e COOKIES



23 mm / 85 px

# CALMÔ, CAFÉS e COOKIES



8 mm / 30 px

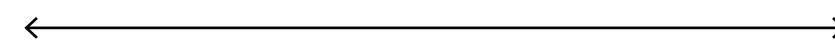
11

\

## Redução Máxima

Relação das reduções sugeridas para a reprodução da marca em meio físico e digital mantendo sua legibilidade.

*Ao projetar para meios digitais, considerar tanto os padrões de redução física (mm) quanto os de pixelização (px), sempre levando em conta a densidade das telas em pixels/polegadas.*



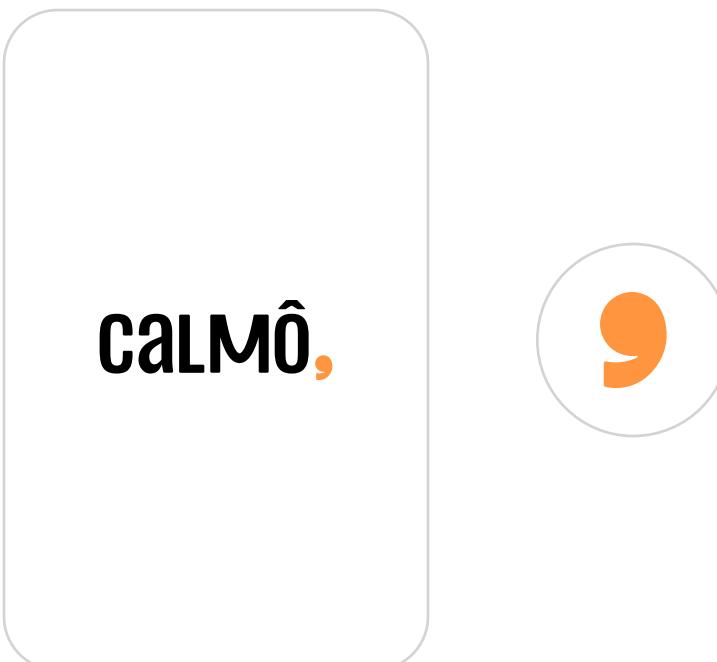
*Valores com base na largura da marca.*

*Obs.: Os tamanhos da marca utilizados ao lado são meramente ilustrativos. As medidas foram definidas em testes de impressão e em tela. É fundamental respeitar as medidas em milímetros e pixels para garantir a integridade da marca.*

Manual de Marca  
Versão 1.0



Maiores formatos



Menores formatos

12

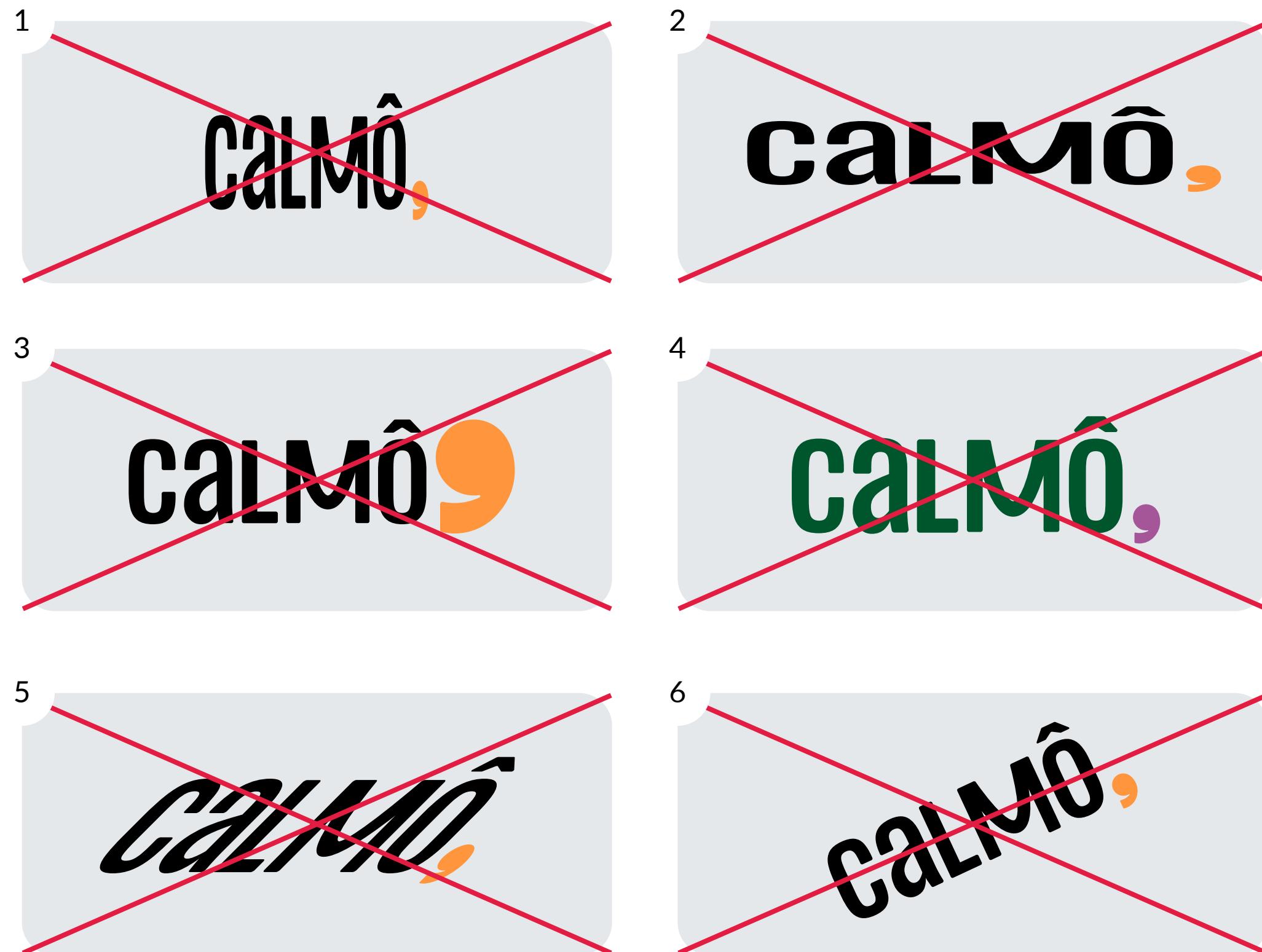
\

## Assinatura Responsiva

As marcas precisam se adaptar aos mais variados formatos e, por isso, temos versões de assinaturas pensadas para serem escalonadas, preservando as características e continuarem legíveis e consistentes.

*Ao projetar para meios digitais, considerar tanto os padrões de redução física (mm) quanto os de pixelização (px), sempre levando em conta a densidade das telas em pixels/polegadas.*

*Obs.: Os tamanhos da marca utilizados ao lado são meramente ilustrativos. As medidas foram definidas em testes de impressão e em tela. É fundamental respeitar as medidas em milímetros e pixels para garantir a integridade da marca.*



## Usos Incorretos

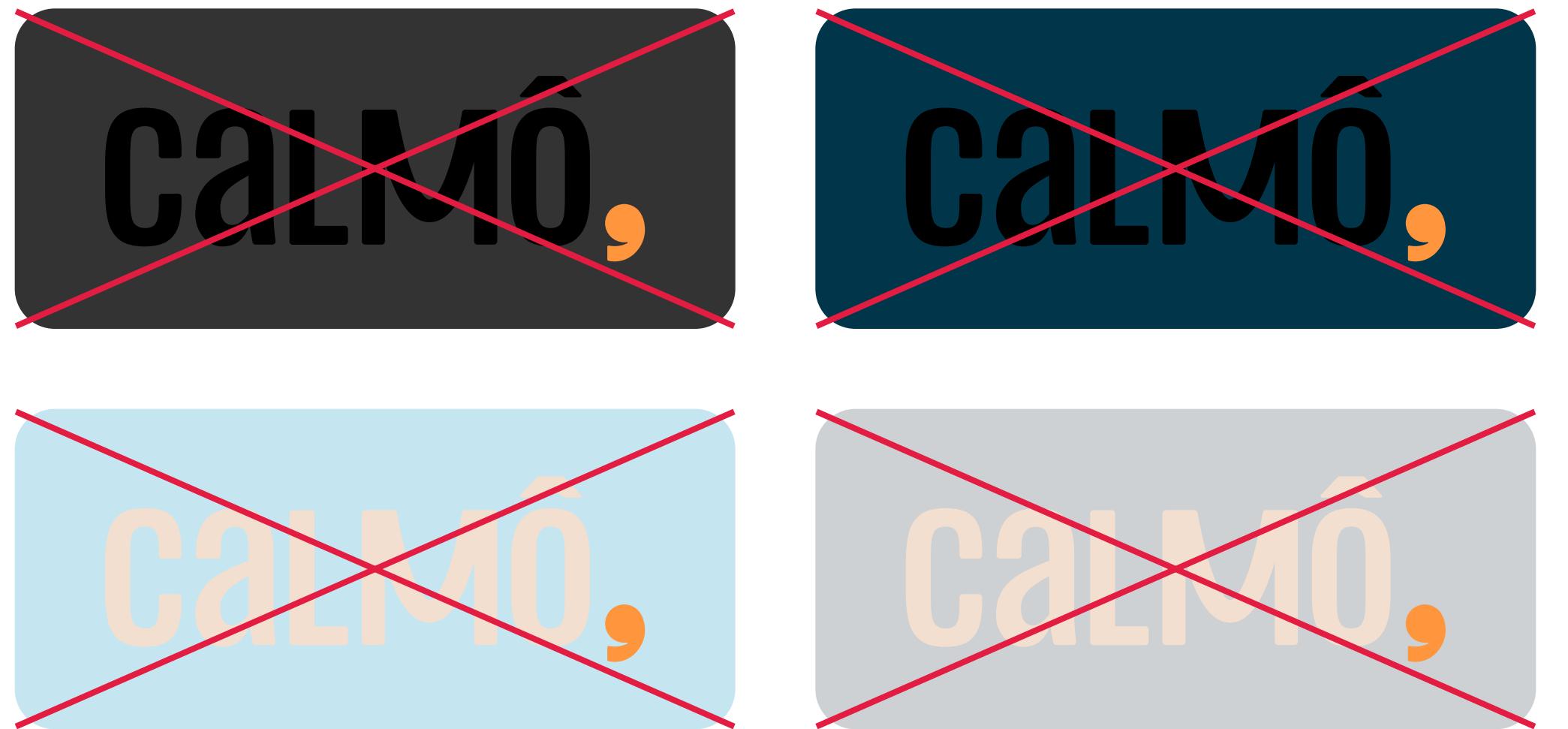
Estes são exemplos de como a marca **não** deve ser utilizada. O correto é sempre aplicar as opções das páginas anteriores respeitando com fidelidade cores, formas e proporções.

Abaixo uma referência do **uso correto**, para comparação.

**calMÔ,**

- 1 Distorção por condensação
- 2 Distorção por expansão
- 3 Distorção de proporção
- 4 Distorção de cores
- 5 Distorção de angulação
- 6 Uso diagonal

Manual de Marca  
Versão 1.0



13

\

## Usos Incorretos

Nunca utilize a marca gráfica sobre fundos onde a legibilidade do logotipo ou do símbolo possa ser prejudicada. Nesses casos, deve-se optar por uma das variações que melhor se adeque à situação.

## **Responsável pelo projeto:**

Bradda Design | +55 (48) 3025-5030 | [www.bradda.com.br](http://www.bradda.com.br)

*Todas as imagens utilizadas nesta apresentação são meramente ilustrativas;*

*As fontes das quais foram retiradas estas imagens são diversas e originárias da internet;*

*Estas imagens não devem ser utilizadas publicamente sem consultar direitos autorais de uso,  
em nenhum tipo de mídia offline ou online, nem devem ser impressas para distribuição;*

*Aviso: Não extrair vetores, recursos gráficos nem fotografias deste arquivo PDF para uso  
externo. Para tanto, deve-se recorrer aos arquivos de marca juntamente fornecidos.*

