



# Olá,

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

<b>1. CONCEITO</b>	<b>4</b>	<b>5. LOGOTIPO</b>	<b>18</b>
1.1 CONCEITUAÇÃO	5	5.1 VERSÕES	19
1.2 SÍMBOLO	6	5.2 POSITIVO E NEGATIVO	20
		5.3 USOS INCORRETOS	21
<b>2. CORES E PATTERNS</b>	<b>7</b>	5.4 REDUÇÃO	22
2.1 PALETA DE CORES	8	5.5 ÁREA DE PROTEÇÃO	23
2.2 ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS: CORES PRINCIPAIS	9	5.6 APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS	24
2.3 ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS: VARIAÇÕES	10		
2.4 PATTERNS	11	<b>6. UTILIZAÇÃO DOS ARQUIVOS</b>	<b>25</b>
<b>3. ELEMENTOS VISUAIS</b>	<b>12</b>	6.1 RGB	26
3.1 ÍCONES	13	6.2 CMYK	26
		6.3 POSITIVO / NEGATIVO (MONOCROMÁTICO)	26
<b>4. TIPOGRAFIA</b>	<b>14</b>		
4.1 TIPOGRAFIAS ESTABELECIDAS	15	<b>7. APLICAÇÕES E SUGESTÕES DE USO</b>	<b>27</b>
4.2 BRICOLAGE GROTESQUE E MONTSERRAT	16		
4.3 RED HAT DISPLAY	17		

# 1. CONCEITO



## 1.1 CONCEITUAÇÃO

Para representar a marca Brave Educação Empresarial, foi criado um logotipo em formato de monograma, combinando duas ou mais letras e elementos gráficos geométricos. Essa abordagem reflete a essência da marca, proporcionando um símbolo visualmente forte e reconhecível.

A definição dos atributos fundamentais e palavras-chave foi crucial para orientar o desenvolvimento conceitual do logotipo, garantindo que ele transmitisse os valores e a missão da Brave de forma clara e impactante.



Ambicioso  
Conquistar os  
objetivos sonhados



Bravura e  
Coragem



Empresários

## 1.2 SÍMBOLO

A base dos elementos geométricos do logotipo é formada por quadrados e losangos. Suas linhas e ângulos retos representam ordem e profissionalismo, conferindo força à marca. O triângulo, com sua ponta virada para cima, simboliza crescimento, coragem e positividade.

Esses elementos geométricos não só dão vida ao logotipo, mas também contam uma história única, trazendo autenticidade e personalidade à marca Brave Educação Empresarial.



Bravura e  
Coragem



Ambicioso



Empresários



Letra "b"  
em um ângulo de 45°

=



Brave

## **2. CORES E PATTERNS**



## 2.1 PALETA DE CORES

A paleta de cores da Brave Educação Empresarial combina tons suaves e neutros, como azul escuro, cinza e cinza claro, com amarelo. Essa combinação cria um equilíbrio harmonioso entre profissionalismo e autenticidade, enquanto o amarelo adiciona uma sensação de coragem e ambição. Juntas, essas cores reforçam a identidade visual da marca, destacando seus valores e objetivos.

A paleta secundária inclui gradiente, conferindo um aspecto moderno. A adição do azul claro foi para complementar e trazer mais possibilidades.

Azul Escuro	#2b2d42	#0f1c2f
Cinza Azulado	#8d99ae	#505168
Cinza Claro	#edf2f4	
Amarelo	#eaca2d	#d59f07
#2b2d42	#eaca2d	
#2b2d42	#2b3272	
#2b2d42	#8d99ae	
Azul Claro	#2b3272	





## 2.2 ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS: CORES PRINCIPAIS

Garantir a fidelidade das cores ajuda a manter a consistência da marca. O padrão CMYK deve ser usado caso houver algum material a ser impresso. Já RGB e Hexadecimal em peças com o propósito de serem exibidas em algum tipo de tela eletrônica, como websites, redes sociais e vídeos.



Hex	#2b2d42
RGB	43 45 66
CMYK	86% 77% 45% 51%



Hex	#8d99ae
RGB	141 153 174
CMYK	49% 34% 22% 5%



Hex	#edf2f4
RGB	237 242 244
CMYK	9% 3% 4% 0%

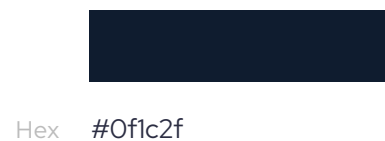


Hex	#eaca2d
RGB	234 202 45
CMYK	11% 17% 88% 1%



## 2.3 ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS: VARIAÇÕES

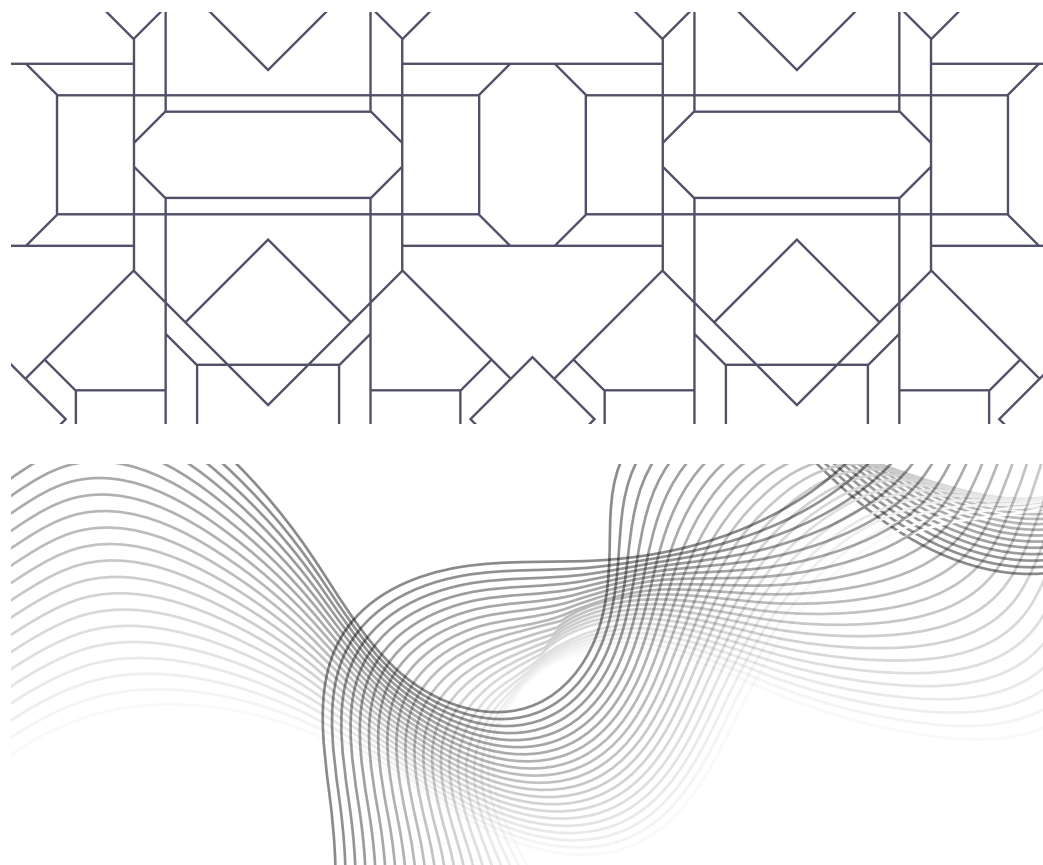
Variações em Hexadecimal que servem para abrir possibilidades nas aplicações WEB.



## 2.4 PATTERNS

Os patterns são elementos visuais padrões, que permitem dar ainda mais autenticidade à marca.

É um dos recursos que permite identificá-la e reconhecê-la mesmo quando o logotipo não estiver presente.



### **3. ELEMENTOS VISUAIS**



## 3.1 ÍCONES

Elementos visuais que podem ser utilizados como apoio nas redes sociais.



## **4. TIPOGRAFIA**



## 4.1 TIPOGRAFIAS ESTABELECIDAS

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

Foi estabelecido 3 fontes para a marca. A ideia é tornar a comunicação dinâmica e diversificada, abrindo um grande leque de possibilidades e combinações.

A fonte para título escolhida é a Bricolage Grotesque, que irá trabalhar junto com a Montserrat para criar mais possibilidades para títulos / campanhas.

Já para textos, a fonte escolhida foi a Red Hat Display.

TÍTULOS / CAMPANHAS / APOIO

**Bricolage Grotesque**

**Montserrat**

Estão disponíveis no Google Fontes.

---

TEXTO

**Red Hat Display**

Está disponível no Google Fontes.



## 4.2 BRICOLAGE GROTESQUE E MONTSERRAT

A fonte Bricolage Grotesque é uma tipografia moderna e versátil, que combina características geométricas com um toque de personalidade.

A fonte Montserrat é uma tipografia sans-serif moderna. Suas linhas limpas e proporções equilibradas oferecem excelente legibilidade, ótima para títulos nos posts de redes sociais.

ABCDEFGH.\*#?01234

**ABCDEFGH.\*#?01234**

ABCDEFGH.\*#?01234

**ABCDEFGH.\*#?01234**

**ABCDEFGH.\*#?01234**





### 4.3 RED HAT DISPLAY

Uma fonte ideal para interfaces digitais, com suas linhas limpas e formas distintas, oferece alta legibilidade. A ideia é utilizá-la em corpo de textos. Também pode ser utilizada nas letras miúdas nos banners do site.

ABCDEFGFG.\*#?01234  
**ABCDEFGFG.\*#?01234**

A Brave é uma empresa de tecnologia, educação e consultoria que acredita em uma ideia simples, mas verdadeiramente poderosa: o sucesso e o crescimento de uma empresa estão diretamente relacionados à uma gestão financeira profissional.



## 5. LOGOTIPO



## 5.1 VERSÕES

O logotipo da Brave Educação Empresarial possui apenas duas versões: principal – de uso preferencial, e reduzida – como submark, para ser usado em lugares onde o logotipo principal não se adequar perfeitamente, como em uma foto de perfil.

VERSÃO PRINCIPAL



VERSÃO REDUZIDA



## 5.2 POSITIVO E NEGATIVO

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

POSITIVO



NEGATIVO



### 5.3 USOS INCORRETOS

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

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



CORRETO



FORAM USADAS CORES  
NÃO INSTITUCIONAIS



FOI ALTERADA  
A TIPOGRAFIA



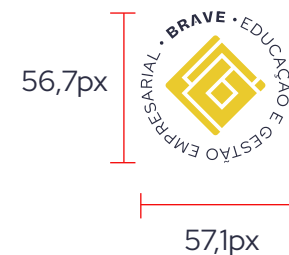
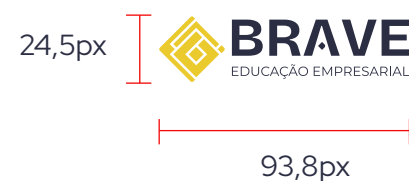
O LOGOTIPO FOI  
DEFORMADO

## 5.4 REDUÇÃO

Reduzir demasiadamente o logo pode dificultar sua leitura e o seu reconhecimento. Além disso, os limites de redução estão sujeitos ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade da reprodução obtida.

A recomendação como limite de redução para os meios digitais (px) são as medidas especificadas ao lado. A sua redução além desse limite poderá comprometer a leitura da marca.

digital



## 5.5 ÁREA DE PROTEÇÃO

Para evitar interferência de outros elementos gráficos e preservar a integridade e legibilidade da marca deve ser resguardado um espaço ao seu redor. A esse espaço atribuímos o nome de “área de proteção”.

Para determinar a área de proteção da marca usaremos a letra “B” como medida, que determina o tamanho do espaço que deve ser reservado ao logo.

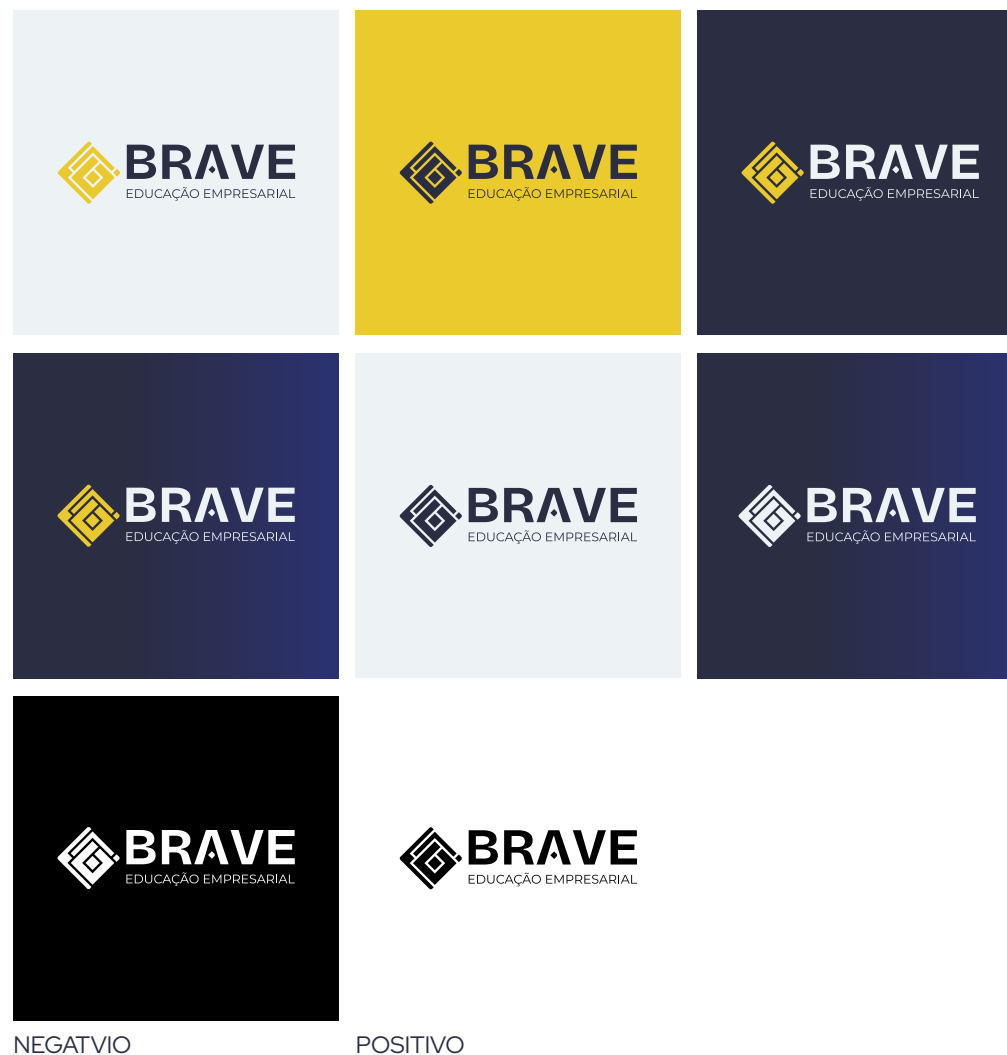
Independente da aplicação, é importante que nada interfira nesse espaço.



## 5.6 APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS

A marca pode ser colocada sobre fundo com as cores institucionais, representadas em “Paleta de Cores” nas páginas 08, 09 e 10.

É importante nunca aplicar a marca sobre fundos com contraste insuficiente para a legibilidade.





## **6. UTILIZAÇÃO DOS ARQUIVOS**

### **6.1 RGB (PNG/JPG)**

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

### **6.2 CMYK**

Devem ser usados quando o objetivo final é impressão.

### **6.3 POSITIVO / NEGATIVO (MONOCROMÁTICO)**

Para usos específicos. Utilize apenas quando alguém da equipe ou parceiros pedir.

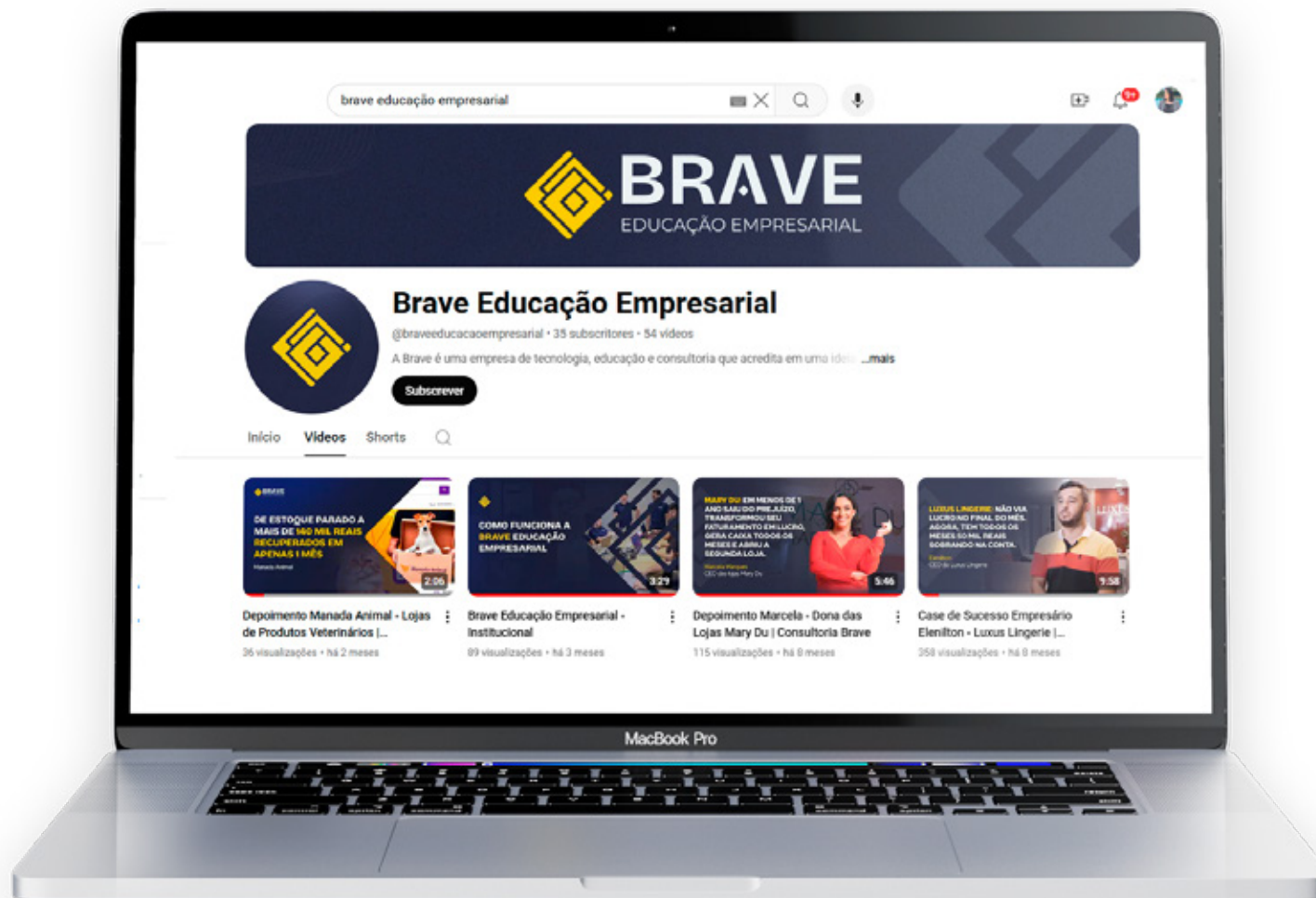


## 7. APLICAÇÕES E SUGESTÕES DE USO

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

Elas servem para dar um direcionamento de como esse projeto poderá ser utilizado no dia a dia da Brave Educação Empresarial.























**Nayra Nogueira | Designer**

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