

CURSO IMPULSO DIGITAL • OFICINA 1

SUA MARCA NOMUNDO

Branding e identidade visual na prática: conceitos, construção da marca, vetores, Illustrator, Canva e aplicações digitais.



O QUE VOCÊ VAI VER

- Branding, marca e posicionamento
- Logo, logotipo, símbolo, slogan
- Tipografia, cor, vetores e sistema visual
- Painéis reais do Illustrator e do Canva

REALIZAÇÃO E APOIO



ALMT
Assembleia Legislativa



SECITECI
Secretaria de
Estado de Ciência,
Tecnologia e
Inovação



Governo de
**Mato
Grosso**

O que você vai aprender

1

Entender

o que é marca, logo, identidade visual e branding.

2

Diferenciar

tipologia, tipografia, símbolo, slogan e logotipo.

3

Construir

uma direção visual coerente com o negócio.

4

Praticar

no Illustrator e no Canva com referências reais.

5

Aplicar

a marca em peças digitais com consistência.

6

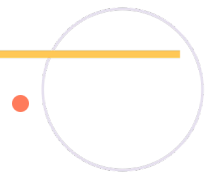
Registrar

um mini guia para continuar criando depois da oficina.

OBJETIVO DA OFICINA

Ao final, você deve sair com uma primeira versão útil da sua marca: nome bem apresentado, direção visual, paleta, fontes, símbolo ou logotipo e um mini guia de aplicação.

Marca, logo e branding



LOGO

Assinatura visual que identifica o negócio.

IDENTIDADE VISUAL

Sistema de cores, fontes, imagens, formas e aplicações.

BRANDING

Gestão contínua da promessa, experiência, reputação e coerência.

OS 4 PILARES

1

Promessa

o que você se compromete a entregar.

2

Experiência

como a pessoa se sente em contato com sua marca.

3

Reputação

o que o público passa a acreditar.

4

Coerência

imagem, discurso e prática andando juntos.



A marca conta uma história

1

Origem

Por que o negócio começou? Que necessidade, sonho ou causa existe por trás dele?

2

Propósito

Que transformação você quer provocar na vida do cliente?

3

Personalidade

Se a marca fosse uma pessoa, como ela falaria, se vestiria e se comportaria?

4

Promessa

O que o público pode esperar de você de forma consistente?

Fórmula prática: “Nós existimos para [transformação], ajudando [público], por meio de [entrega], de um jeito [personalidade].”

Vocabulário essencial



Logo

termo amplo para a assinatura visual da marca.



Logotipo

nome da marca desenhado tipograficamente.



Símbolo

elemento visual que pode funcionar sem o nome.



Logomarca

uso popular para se referir ao conjunto identificador.



Slogan

frase de campanha ou posicionamento, fácil de lembrar.



Tagline

assinatura verbal mais duradoura da marca.

Dica: mais importante do que decorar os nomes é entender a função de cada elemento no sistema da marca.

Tipologia e tipografia

TIPOLOGIA

Classificação ou estudo de tipos e estilos. Ajuda a entender famílias e categorias visuais.

TIPOGRAFIA

Escolha, desenho e organização das letras para comunicar com personalidade, hierarquia e leitura.

Aurora

SERIFADA

Tradicional, elegante, editorial.

IMPULSO

SEM SERIFA

Limpa, moderna, digital.

Bellas

SCRIPT

Expressiva, artesanal, humana.

NEXO

DISPLAY

Marcante, usada em títulos.

Regra prática: use 1 fonte principal e, no máximo, 1 fonte de apoio. A tipografia deve ajudar a marca a ser reconhecida e lida com facilidade.

Cor e vetor: base do sistema visual

PALETA DE MARCA



#3C255A

Cor principal

força e reconhecimento



#FF7B5B

Acento

energia e proximidade



#FFC857

Destaque

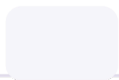
luzechamada visual



#43B4A3

Apoio

equilíbrio e frescor



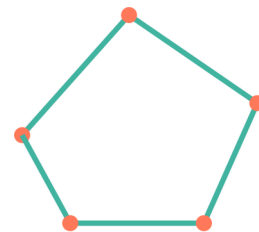
#F7F5FA

Fundo

respiro e limpeza

O QUE É VETOR?

Vetores são formas construídas por caminhos matemáticos. Por isso, podem crescer sem perder qualidade.



pontos de ancoragem + caminhos



bitmap / pixels

Para logos, símbolos e ícones, prefira arquivos vetoriais: AI, SVG, EPS ou PDF vetorial. Exporte PNG transparente para uso digital.

Exemplo real de manual de marca

Use o manual de marca para organizar logo, paleta, tipografia, padrões, imagens e aplicações. Ele transforma decisões soltas em um sistema claro.



O QUE O MANUAL DEVE TER

- logo principal e versões
- paleta com códigos
- tipografia principal e de apoio
- elementos gráficos e padrões
- exemplos de aplicação

Painel de referência visual

Como ler um manual de marca

1. Essência

Entenda propósito, posicionamento e personalidade.

2. Assinatura

Veja logotipo principal, versões reduzidas e símbolo.

3. Tipografia

Identifique fonte principal, apoio e usos.

4. Paleta

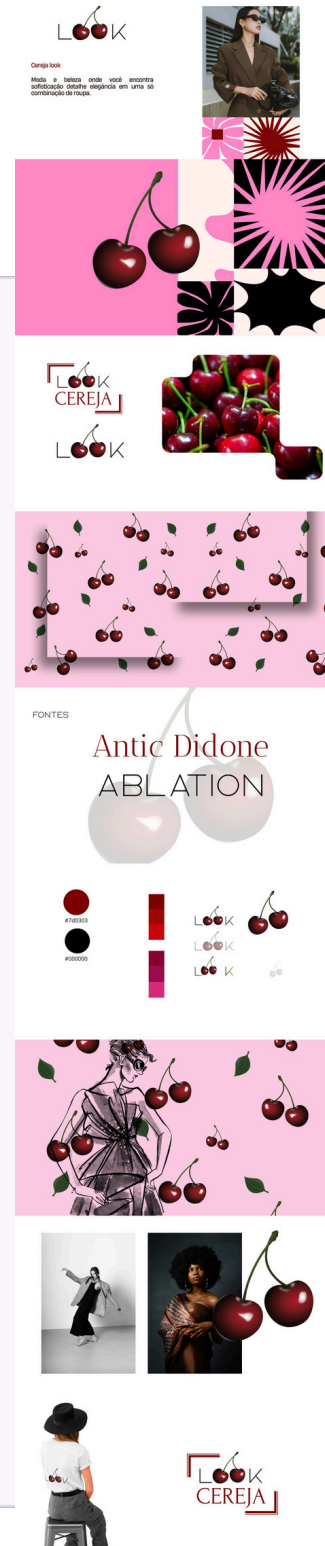
Guarde as cores e os códigos HEX/RGB/CMYK.

5. Elementos

Observe ícones, formas, padrões e grafismos.

6. Aplicações

Veja como a marca se comporta em peças reais.



Painel de referência visual



Illustrator: painel real

O Illustrator é indicado para criar e refinar vetores com precisão. Observe a área de trabalho e os painéis

Sangria: (Esta opção será utilizada mais adiante, em projetos de impressão, portanto mantemos com 0-zero em todas as caixas).

Modo de cor: RGB (Red, Green e Blue, padrão para projetos desenvolvidos para Web).

Efeitos de Rasterização: 72 ppi (padrão para projetos web).

Modo de visualização: Padrão (outras opções veremos mais adiante).

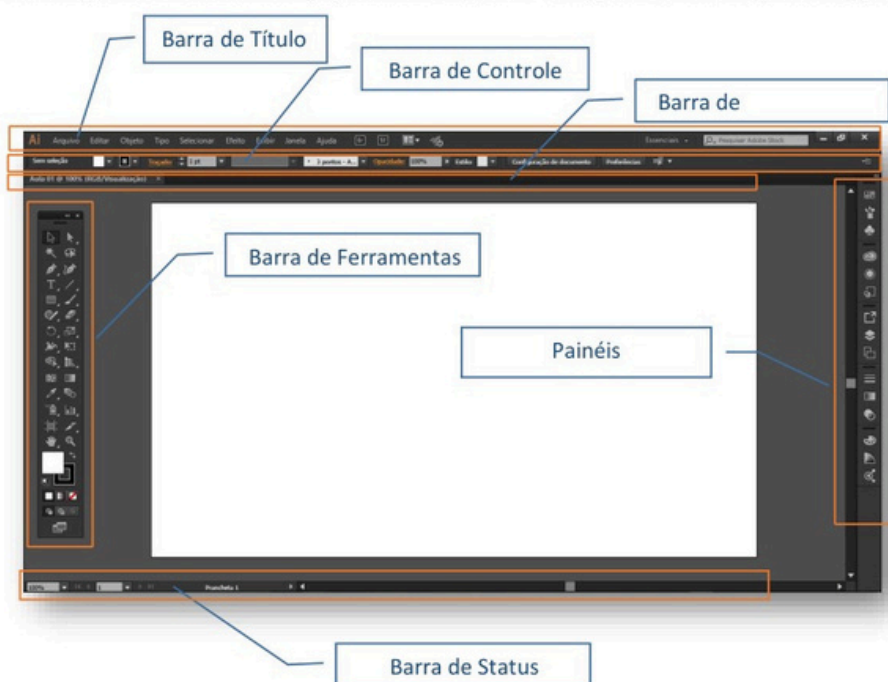
Alinhar novos objetos a grade de pixels: Habilitamos esta opção (os objetos ficaram alinhados).

Modelos: (são modelos pré-definidos pelo Illustrator)

Selecionamos OK.

Conhecendo a Barra de Ferramentas, Barra de Controle, Barra de Status e Painéis.

Vamos agora conhecer nosso espaço de trabalho, como visão geral temos as seguintes opções:



Barra de Título: (local onde encontramos os menus, alternador de espaço de trabalho, campo para pesquisa no Adobe Stock e os 3 botões de controle).

Barra de Controle: (temos todas as propriedades relacionadas a ferramenta que está selecionada no momento).

Illustrator: fluxo prático

1

Novo documento

Abra uma prancheta em RGB para uso digital.

2

Formas base

Comece com círculos, retângulos e linhas.

3

Alinhar

Use alinhamento e grade para proporção.

4

Pathfinder

Una, recorte ou subtraia formas.

5

Tipografia

Digite o nome da marca e teste peso, espaçamento e contraste.

6

Cor

Aplique sua paleta e valide também uma versão monocromática.

7

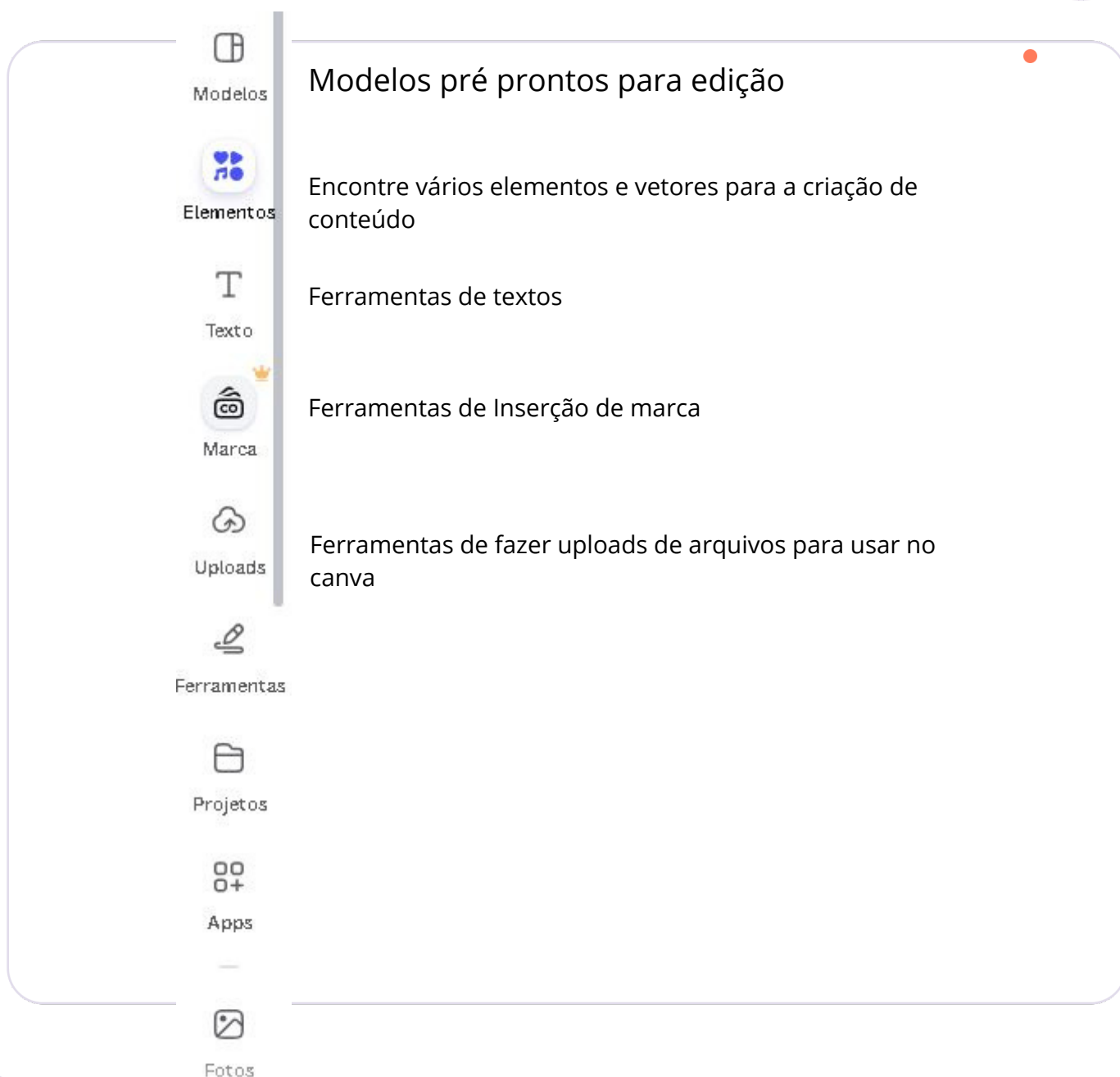
Exportar

Salve o arquivo editável e exporte SVG/PDF e PNG transparente.

Atalhos úteis: V = seleção • A = seleção direta • P = caneta • T = texto • M = retângulo • L = elipse

Canva: painel real

O Canva é excelente para aplicação rápida da marca em posts, stories, apresentações e peças digitais.



Canva: fluxo prático

1. Escolha o formato

Quadrado para post, vertical para story ou apresentação.

2. Defina a base

Comece em branco ou use um modelo apenas como estrutura.

3. Aplique a marca

Insira logo, paleta, fontes e elementos visuais.

4. Organize a hierarquia

Título, subtítulo e informações de apoio.

5. Ajuste alinhamento

Use posição, espaçamento e margens.

6. Exporte

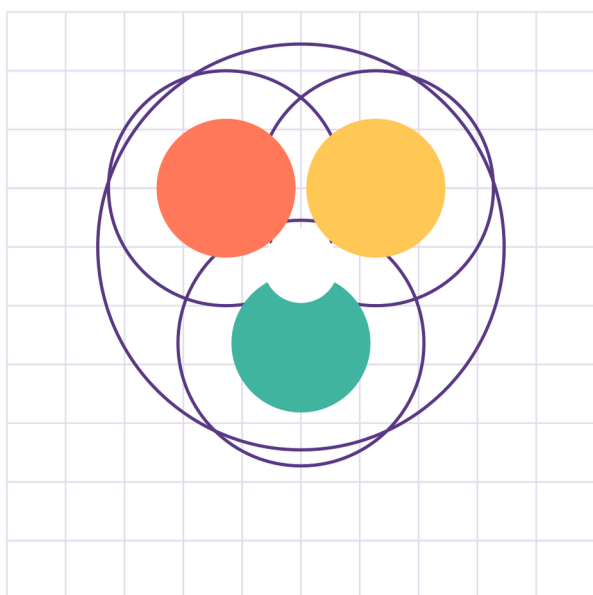
PNG para redes, PDF para impressão ou apresentação.

NO CANVA, EVITE EXCESSOS

- muitas fontes ao mesmo tempo
- efeitos pesados sem necessidade
- copiar o template sem adaptar à sua marca
- esticar ou deformar o logo
- mantenha contraste e leitura
- repita cores e estilos com consistência
- salve modelos para usar de novo
- teste a peça no celular antes de publicar

Exemplo de construção vetorial

Umamarca podenascerdeformassimples. A ideia é explorar geometria, repetição e clareza antes de adicionar efeitos.



1

Briefing

Toda forma deve responder a um objetivo.

2

Exploração

Gere variações com formas base.

3

Refino

Simplifique até a marca ficar clara.

4

Escala

Teste pequeno, médio e grande.

5

Versões

Tenha colorida, preta, branca e símbolo isolado.

Consistência e aplicação

1

Perfil

Use a versão reduzida mais legível.

2

Post

Mantenha respiro, grade, fontes e paleta.

3

Story

Priorize leitura rápida e contraste.

4

WhatsApp

Foto, catálogos e capas coerentes com a marca.

5

Apresentação

Repita o mesmo sistema visual.

6

Impresso

Ajuste cor e mantenha margens seguras.

Consistência não é deixar tudo igual. É fazer com que a marca seja reconhecida em qualquer formato.

Meu mini guia de marca

Nome da marca

Propósito

Público

Promessa

3 palavras de personalidade

Tom de voz

Cor principal + HEX

Cores de apoio

Fontes

Estilo de imagens

Esboço do símbolo / logo



Paleta



Checklist final da oficina

- ☐ Minha marca comunica com clareza a proposta do negócio.
- ☐ O logo ou símbolo funciona em tamanho pequeno.
- ☐ Tenho pelo menos uma versão monocromática.
- ☐ Escolhi no máximo 2 famílias tipográficas.
- ☐ Minha paleta está definida com códigos HEX.
- ☐ As peças têm contraste e leitura.
- ☐ O visual pode ser repetido sem reinventar tudo.
- ☐ Guardei o arquivo editável e exportei versões para uso digital.
- ☐ Consigo aplicar a marca em perfil, post e story com consistência.
- ☐ Minha primeira versão é simples, clara e útil.

Lembre-se: uma boa marca não nasce pronta. Ela nasce coerente, é aplicada com constância e melhora com o tempo.