

Brand Guidelines.



Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

Toda marca é um organismo vivo, com personalidade própria, linguagem e atributos. Para se estabelecer, ser reconhecida é necessário consistência e uniformidade em suas aplicações. Este manual é uma ferramenta para auxiliar a gestão da marca Oliveira. Além da conceituação e contextualização da marca, você encontrará informações técnicas, normas e diretrizes para sua correta aplicação em diferentes meios de comunicação.

Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

Estudar a dicotomia binômio de identidade e imagem da marca e a reputação construída até o momento presente. Entender os diferenciais intangíveis, sem crenças limitantes, a fim de identificar formas e elementos que o represente, com personalidade distinta e autêntica. Coletar informações que busquem compreender o contexto de inserção da marca no mercado e em seus principais pontos de contato, entendendo suas manifestações, culturas e valores.

Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	<b>Conceito de design</b>	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

O design de uma marca nos traz percepções inconscientes sobre o meio em que vivemos, tornado o mecanismo de significação representativa aos conceitos e ideias. Já que a busca humana pelo equilíbrio influencia psicologicamente a percepção pela marca, isso a torna uma referência visual consciente de avaliar sensações vivenciadas, e está compensa-se mutuamente sobre o corpo e mente.

## Apresentação

- 1 Sobre este manual
- 2 Objetivo
- 3 **Conceito de design**
- 4 Atributos

## Elementos da marca

- 4 Desenho da marca
- 5 Assinaturas
- 6 Malha de construção
- 7 Dimensionamento
- 8 Área de proteção

## Cores

- 9 Institucional
- 10 Monocromática
- 11 Fundos claros
- 12 Fundos escuros

## Usos proibidos

- 13 Marca

## Tipografia

- 14 Institucional

## Estúdio Grazus Cunha

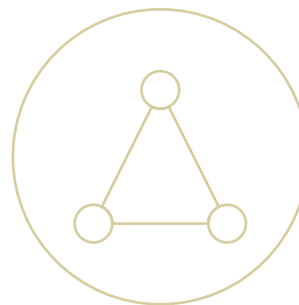
- 15 Sobre



Teoria Gestalt



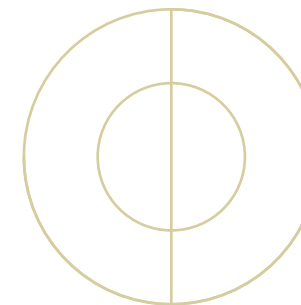
Arquétipo



Semiótica



Identitytype



Proporção Áurea

Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

Tudo pode ser realizado, basta imaginar. Como um grito da alma que clama a viver constantemente bons momentos. Nada pode deter a sua busca, a felicidade está em você. Viva a criança que mora dentro de si, pois assim tornará mais simples e feliz o caminho entre o sonho e a realidade. Criatividade, coletividade, empatia, prepotência, otimista, felicidade, coragem, experiência, inovador, liberdade e amor.

## Apresentação

- 1 Sobre este manual
- 2 Objetivo
- 3 Conceito de design
- 4 **Atributos**

## Elementos da marca

- 4 Desenho da marca
- 5 Assinaturas
- 6 Malha de construção
- 7 Dimensionamento
- 8 Área de proteção

## Cores

- 9 Institucional
- 10 Monocromática
- 11 Fundos claros
- 12 Fundos escuros

## Usos proibidos

- 13 Marca

## Tipografia

- 14 Institucional

## Estúdio Grazus Cunha

- 15 Sobre



Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

A assinatura principal é formada pelo nome Oliveira. Prioritariamente, ela deve ser aplicada nas cores institucionais sobre fundo branco, respeitando sempre as proporções e os alinhamentos entre todos os elementos que constituem a marca. A marca é o elemento central de uma identidade visual. Quando bem utilizada, torna-se o item primário para o reconhecimento de qualquer produto no menor tempo de leitura e espaço.



## Apresentação

- 1 Sobre este manual
- 2 Objetivo
- 3 Conceito de design
- 4 Atributos

## Elementos da marca

- 4 Desenho da marca
- 5 Assinaturas
- 6 Malha de construção
- 7 Dimensionamento
- 8 Área de proteção

## Cores

- 9 Institucional
- 10 Monocromática
- 11 Fundos claros
- 12 Fundos escuros

## Usos proibidos

- 13 Marca

## Tipografia

- 14 Institucional

## Estúdio Grazus Cunha

- 15 Sobre



Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	<b>Assinaturas</b>	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

Existem duas configurações possíveis para a utilização da marca.

A assinatura A, é prioritária e deve ter predominância nas aplicações. A utilização do Símbolo isolado B é permitida em algumas peças gráficas, como a aplicação em embalagens específicas, detalhes de materiais para web. Contudo, a aplicação deve ser cautelosa para que não haja descaracterização da marca.

## Apresentação

- 1 Sobre este manual
- 2 Objetivo
- 3 Conceito de design
- 4 Atributos

## Elementos da marca

- 4 Desenho da marca
- 5 **Assinaturas**
- 6 Malha de construção
- 7 Dimensionamento
- 8 Área de proteção

## Cores

- 9 Institucional
- 10 Monocromática
- 11 Fundos claros
- 12 Fundos escuros

## Usos proibidos

- 13 Marca

## Tipografia

- 14 Institucional

## Estúdio Grazus Cunha

- 15 Sobre

A



## Apresentação

- 1 Sobre este manual
- 2 Objetivo
- 3 Conceito de design
- 4 Atributos

## Elementos da marca

- 4 Desenho da marca
- 5 **Assinaturas**
- 6 Malha de construção
- 7 Dimensionamento
- 8 Área de proteção

## Cores

- 9 Institucional
- 10 Monocromática
- 11 Fundos claros
- 12 Fundos escuros

## Usos proibidos

- 13 Marca

## Tipografia

- 14 Institucional

## Estúdio Grazus Cunha

- 15 Sobre

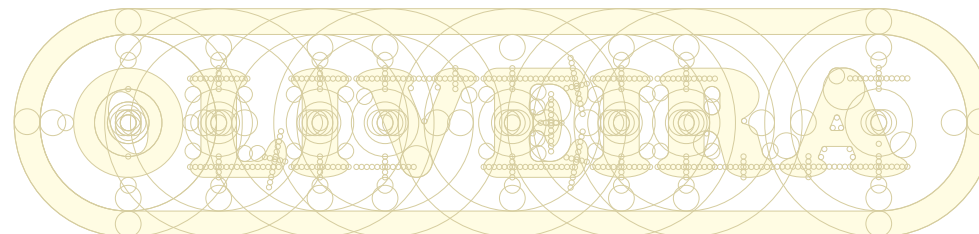
B



Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	<b>Malha de construção</b>	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

O desenho da marca se constitui a partir das relações entre seus elementos. As distâncias e os alinhamentos estabelecidos proporcionam uma sensação visual de equilíbrio, harmonia e estabilidade. Os diagramas a seguir possibilitam a visualização da geometria da marca que estabelece as proporções entre os elementos. Não é permitido redesenhar a marca. Os arquivos digitais, com todas as versões permitidas, podem ser encontrados nas unidades.

Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	<b>Malha de construção</b>	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								



## Apresentação

- 1 Sobre este manual
- 2 Objetivo
- 3 Conceito de design
- 4 Atributos

## Elementos da marca

- 4 Desenho da marca
- 5 Assinaturas
- 6 **Malha de construção**
- 7 Dimensionamento
- 8 Área de proteção

## Cores

- 9 Institucional
- 10 Monocromática
- 11 Fundos claros
- 12 Fundos escuros

## Usos proibidos

- 13 Marca

## Tipografia

- 14 Institucional

## Estúdio Grazus Cunha

- 15 Sobre



Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	<b>Dimensionamento</b>	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

Para garantir a reprodução legível da marca, foi estabelecida a redução mínima para a assinatura. Deve-se respeitar a proporção entre os elementos, não podendo haver nenhum tipo de alteração nas respectivas formas e espaçamentos.



## Apresentação

- 1 Sobre este manual
- 2 Objetivo
- 3 Conceito de design
- 4 Atributos

## Elementos da marca

- 4 Desenho da marca
- 5 Assinaturas
- 6 Malha de construção
- 7 Dimensionamento
- 8 Área de proteção

## Cores

- 9 Institucional
- 10 Monocromática
- 11 Fundos claros
- 12 Fundos escuros

## Usos proibidos

- 13 Marca

## Tipografia

- 14 Institucional

## Estúdio Grazus Cunha

- 15 Sobre

3mm



20mm



30mm



40mm



Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

A área de proteção objetiva preservar a visibilidade e leitura da marca, evitando a aproximação excessiva de outros elementos. Portanto, nenhuma informação ou elemento gráfico [textos, outras assinaturas etc.] podem ultrapassar o espaço delimitado pela linha. O módulo ‘X’ equivale à altura do contorno externo. Assim, a área de proteção é definida.

Apresentação

- 1 Sobre este manual
- 2 Objetivo
- 3 Conceito de design
- 4 Atributos

Elementos da marca

- 4 Desenho da marca
- 5 Assinaturas
- 6 Malha de construção
- 7 Dimensionamento
- 8 Área de proteção

Cores

- 9 Institucional
- 10 Monocromática
- 11 Fundos claros
- 12 Fundos escuros

Usos proibidos

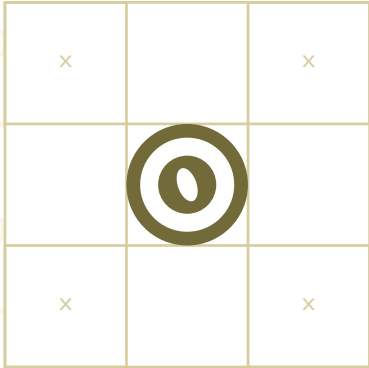
- 13 Marca

Tipografia

- 14 Institucional

Estúdio Grazus Cunha

- 15 Sobre



Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

As cores possuem grande importância na identificação visual de uma marca e sua utilização otimiza de forma estratégica o reconhecimento por parte do público. A marca Oliveira possui quatro cromias institucionais, que devem ser utilizadas em todos os veículos de comunicação.

Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	<b>Monocromática</b>						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

A marca possui uma versão monocromática. Nessas situações, a marca deve ser aplicada exclusivamente nas cores preta [versão positiva] ou branca [versão negativa], pois qualquer outra cromia pode comprometer a caracterização da identidade visual.

## Apresentação

- 1 Sobre este manual
- 2 Objetivo
- 3 Conceito de design
- 4 Atributos

## Elementos da marca

- 4 Desenho da marca
- 5 Assinaturas
- 6 Malha de construção
- 7 Dimensionamento
- 8 Área de proteção

## Cores

- 9 Institucional
- 10 Monocromática
- 11 Fundos claros
- 12 Fundos escuros

## Usos proibidos

- 13 Marca

## Tipografia

- 14 Institucional

## Estúdio Grazus Cunha

- 15 Sobre



Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

Para permitir uma maior flexibilidade na aplicação da marca,  
é possível aplicá-la sobre fundos homogêneos e claros até uma  
porcentagem equivalente a 50% da cor #121214.



## Apresentação

- 1 Sobre este manual
- 2 Objetivo
- 3 Conceito de design
- 4 Atributos

## Elementos da marca

- 4 Desenho da marca
- 5 Assinaturas
- 6 Malha de construção
- 7 Dimensionamento
- 8 Área de proteção

## Cores

- 9 Institucional
- 10 Monocromática
- 11 Fundos claros
- 12 Fundos escuros

## Usos proibidos

- 13 Marca

## Tipografia

- 14 Institucional

## Estúdio Grazus Cunha

- 15 Sobre



Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

Para aplicações em fundos escuros, deve-se optar por uma versão monocromática, respeitando critérios de contraste e legibilidade.

## Apresentação

- 1 Sobre este manual
- 2 Objetivo
- 3 Conceito de design
- 4 Atributos

## Elementos da marca

- 4 Desenho da marca
- 5 Assinaturas
- 6 Malha de construção
- 7 Dimensionamento
- 8 Área de proteção

## Cores

- 9 Institucional
- 10 Monocromática
- 11 Fundos claros
- 12 Fundos escuros

## Usos proibidos

- 13 Marca

## Tipografia

- 14 Institucional

## Estúdio Grazus Cunha

- 15 Sobre

**OLIVEIRA**

**OLIVEIRA**

Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

A marca Oliveira, não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções nem tão pouco ser sobreposta por elementos gráficos, linhas etc. A seguir alguns exemplos de erros que não podem ocorrer.

Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

Não usar  
versões outline



Não aplicar  
linhas de contorno



Não alterar  
a tipografia



Não distorcer



Não usar  
degradês



Não rotacionar  
elementos



Não utilizar  
efeitos de sombra



Não modificar  
proporções



Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

A uniformização da tipografia é um recurso capaz de conferir unidade e profissionalismo à imagem de uma empresa e, consequentemente, otimizar a experiência da marca nos pontos de contato com os públicos internos e externos. Para materiais de caráter institucional [impressos administrativos, embalagens, identidade visual, documentos corporativos etc.], deve-se utilizar a família Alvar Essential Regular e Bold.

## Apresentação

- 1 Sobre este manual
- 2 Objetivo
- 3 Conceito de design
- 4 Atributos

## Elementos da marca

- 4 Desenho da marca
- 5 Assinaturas
- 6 Malha de construção
- 7 Dimensionamento
- 8 Área de proteção

## Cores

- 9 Institucional
- 10 Monocromática
- 11 Fundos claros
- 12 Fundos escuros

## Usos proibidos

- 13 Marca

## Tipografia

- 14 Institucional

## Estúdio Grazus Cunha

- 15 Sobre

Alvar Essential Regular

Aa

Alvar Essential Bold

Aa

Apresentação		Elementos da marca		Cores		Usos proibidos		Tipografia		Estúdio Grazus Cunha	
1	Sobre este manual	4	Desenho da marca	9	Institucional	13	Marca	14	Institucional	15	Sobre
2	Objetivo	5	Assinaturas	10	Monocromática						
3	Conceito de design	6	Malha de construção	11	Fundos claros						
4	Atributos	7	Dimensionamento	12	Fundos escuros						
		8	Área de proteção								

Construímos experiências para marcas com propósito. Somos um estúdio criativo multidisciplinar que explora arte, design, estratégia e tecnologia.

[estudiograzuscunha.com.br](http://estudiograzuscunha.com.br)

[ola@estudiograzuscunha.com.br](mailto:ola@estudiograzuscunha.com.br)

+55 47 3300 0942



**OLIVEIRA**