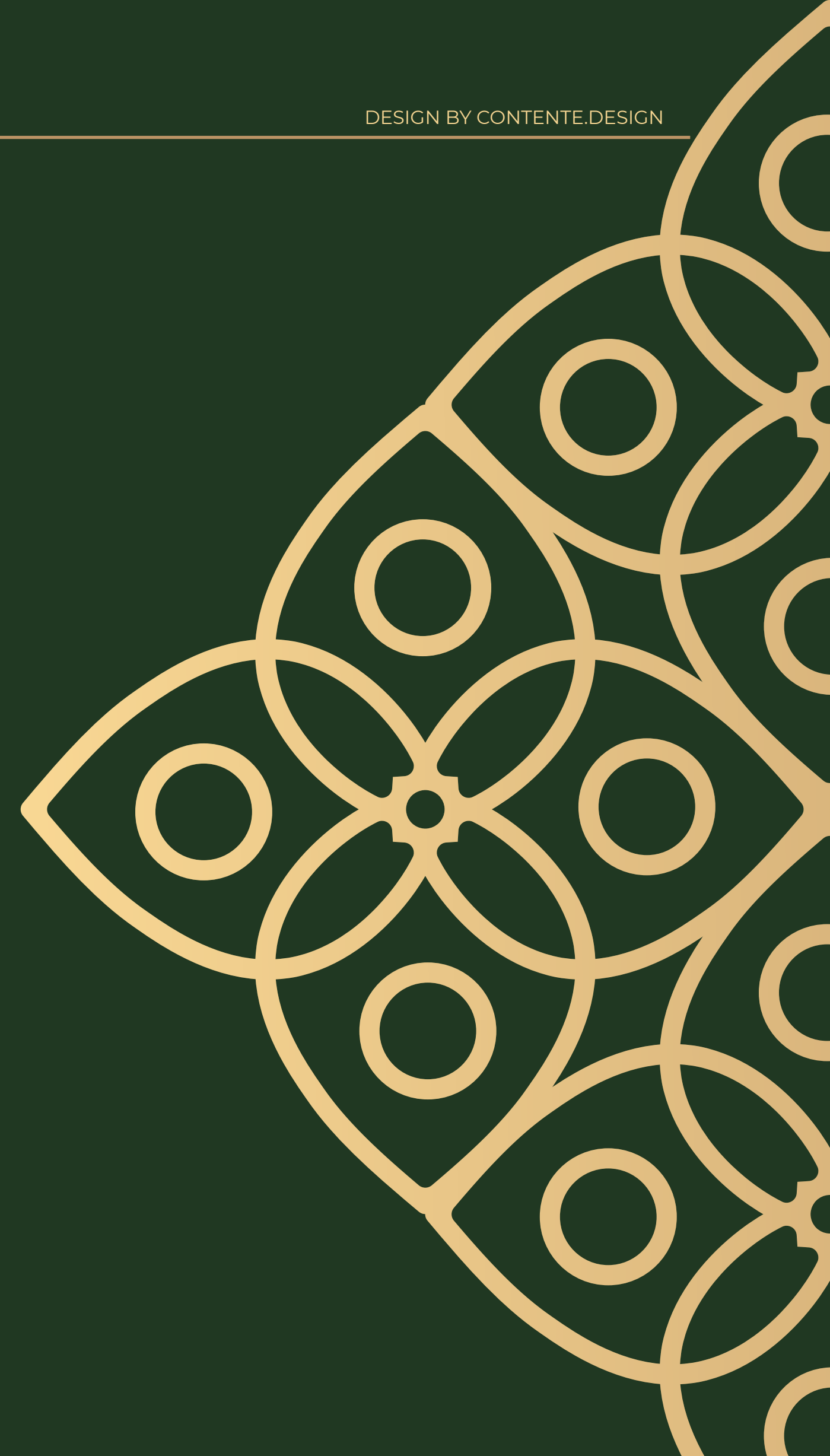




BRAND GUIDELINES

Retail Book 2025





Alma
DO CENTRO





BEM-VINDO AO GUIA DIRETRIZES DA MARCA

Este documento foi elaborado para guiar a aplicação consistente e eficaz da marca em todas as formas de comunicação visual. O nosso objetivo é garantir que as diretrizes visuais da marca seja mantida de maneira coesa e reconhecível, refletindo os valores fundamentais.

Aqui, você encontrará diretrizes detalhadas sobre o uso correto dos elementos gráficos da marca (1. identidade visual), incluindo o logotipo, símbolo, paleta de cores, tipografia e aplicações práticas, como também o manual de arte final e impressão gráfica (2. Impressos Gráficos) e a estratégia de visuais instagram (3. Social Media), preservando a integridade e fortalecendo a presença no mercado, proporcionando uma experiência visual impactante para clientes e parceiros.

Gabriel Souza Dir. Arte Design & Estratégia



ÍNDICE



05 Introdução
Informações do projeto

13 Identidade Visual
Manual de uso da marca

48 Impressos Gráficos
Manual de arte final e produção

55 Social Media
Estratégia de visuais instagram

A fundação do projeto

A Alma do Centro nasce em Vila de Rei como um projeto regenerativo e transformador, unindo turismo de bem-estar, espiritualidade prática e experiências corporativas em sintonia com a natureza.

Mais do que um alojamento ou spa, é um centro integrativo de terapias, retiros, formações e programas corporativos, com uma visão de inovação social, sustentabilidade e saúde rural. Uma marca sólida, inspiradora e competitiva, posicionada lado a lado com os principais destinos de turismo wellness em Portugal.

Elisabete Vicente Fundadora





Marcas Filiais





Storytelling da Marca

No coração de Portugal, em Castelo Branco, nasce um refúgio criado para quem busca equilíbrio, bem-estar e reconexão.

O nome reflete duas verdades: estar localizado no Centro de Portugal, região autêntica e rica em tradições, e também ser um espaço onde cada pessoa pode reencontrar o seu próprio centro interior. Aqui, o visitante é convidado a desacelerar, sentir a natureza, ouvir a si mesmo e nutrir corpo e alma. O Alma do Centro não é apenas um hostel & spa: é uma experiência que une hospitalidade, cultura e espiritualidade, transformando estadias em momentos memoráveis.

A essência da marca

Nome Marca Mãe: Alma do Centro

Localização: Castelo Branco, Portugal

Segmento: Hotel & Spa (bem-estar, natureza, espiritualidade e equilíbrio)

Tom de voz: humano, acolhedor, elegante e inspirador.

Valores: autenticidade, serenidade, bem-estar, sustentabilidade, ancestralidade.

Propósito: Ser um refúgio de equilíbrio entre corpo, mente e alma, inspirado pela energia e cultura do Centro de Portugal.



Valores e Propósito

Espiritualidade prática: yoga, meditação, desenvolvimento pessoal.

Bem-estar integrativo: terapias holísticas, sauna terapêutica, ozonoterapia, oxigenoterapia.

Sustentabilidade: alojamento ecológico, práticas regenerativas, turismo consciente.

Inovação social: inclusão, saúde rural, comunidade para nômadas digitais.

Transformação: desenvolvimento humano, liderança humanizada e felicidade organizacional.

Público-Alvo

- **Turistas nacionais e internacionais** em busca de conexão com a natureza, reequilíbrio físico, mental e espiritual.
- **Empresas e grupos** que procuram terapias, retiros corporativos, teambuildings conscientes, formações e workshops.
- **Público de SPA** que prefere cuidar do corpo com técnicas naturais, terapias holísticas e tratamentos regenerativos.

Potência do Nome

- **Significado profundo:** remete à essência (“alma”), evocando bem-estar, tranquilidade e conexão.
- **Localização valorizada:** “do Centro” associa-se tanto à região centro de Portugal como também a uma ideia de centralidade, equilíbrio e eixo de energia e conexão com o coração.
- **Memorável:** é curto, fácil de pronunciar em português e sonoro também para turistas estrangeiros (mesmo que não entendam 100%, transmite sofisticação).



Posicionamento e Branding

- Evoca **turismo de bem-estar e natureza**, perfeito para a região de Castelo Branco, rica em paisagens naturais, história e cultura.
- Diferencia-se dos nomes muito comuns do setor, como "Spa & Resort Castelo Branco" ou "Termas de...", trazendo uma marca mais poética e aspiracional.
- Cria uma ligação emocional com quem procura **descanso, autoconhecimento e renovação**.

Pode ser explorado no branding com símbolos como:

- elementos naturais e lineares;
- estética minimalista e orgânica;
- paleta de cores terrosas e verdes, remetendo à serras, vegetação e campos da região.





IDENTIDADE VISUAL*

1

Manual de uso da marca.



Conteúdos

Arquitetura.....	15
Formação.....	17
Malha construtiva.....	18
Áreas e medidas.....	19
Variações.....	10
Variações de cores.....	21
Aplicações de cores.....	22
Cores.....	23
Tipografias.....	28
Iconografias.....	42
Patterns.....	44
Texturas.....	??
Matéria Prima.....	??

índice



Arquitetura Imagetipo

O imagotipo consiste em uma formação gráfica de um símbolo + logotipo especialmente projetados para a representação da marca mãe, e podem ser aplicados em conjunto ou separadamente.

Escolhemos a arquitetura imagotipo visando também a harmonia na transição da marca mãe “Alma do Centro” para outros nichos de atuação. De forma a padronizar as categorias dos serviços, mantemos a lógica de formação para a criação das marcas filiais, onde o logotipo ALMA é preservado, e abaixo a formatação do nome da categoria (filiais).

Alma
WELLNESS

Alma
HOSTELS

Alma
CORPORATIVO

Logo assim podemos observar que a arquitetura das marcas filiais é formado apenas de Logotipo.

Arquitetura Logotipo *Filiais*

Alma
WELLNESS

Alma
HOSTELS

Alma
CORPORATIVO

Formação

Símbolo



Símbolo: Criamos um símbolo estilizado para representar uma figura humana positiva (com braços levantados) ou uma pessoa dentro de uma forma que lembra uma folha, pétala, ou gota, sugerindo o abrigo, algo orgânico, acolhedor ou espiritual.

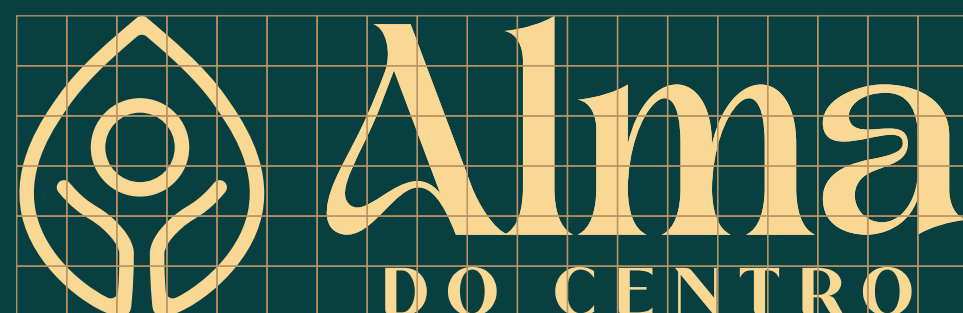
Logotipo

Alma
DO CENTRO

Logotipo: A palavra "Alma" está em uma fonte serifada com curvas elegantes que simbolizam movimento, uma alma livre, com tamanho numa escala maior para marcar o 1º tempo de leitura. Abaixo, "DO CENTRO" está em uma fonte serifada numa escala menor, para marcar o 2º tempo de leitura, e caixa alta para transmitir força e notariade.

Malha Construtiva

Horizontal



Para a marca na horizontal criamos uma malha de 6x19 módulos quadrados.

Vertical



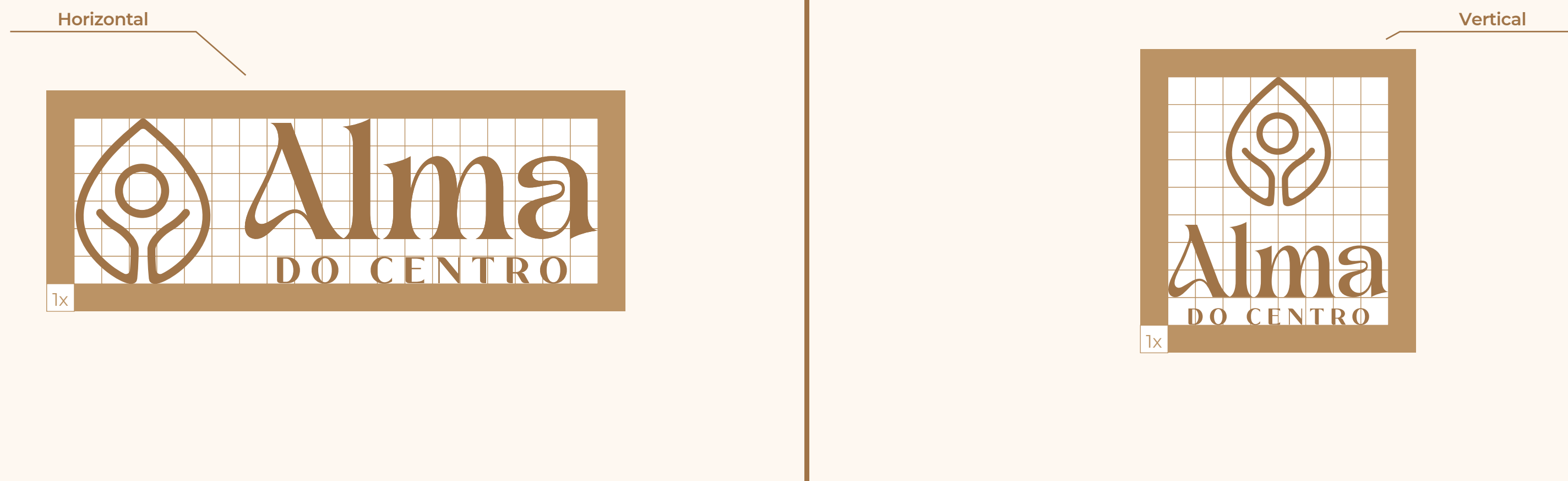
Para a marca na vertical criamos uma malha de 9x8 módulos quadrados.

Malha Construtiva:

A disposição sobre a Malha Construtiva visa a orientação exata da marca em suportes onde a execução deve ser manual, como pinturas em paredes por exemplo.

Esta técnica deve ser usada exclusivamente onde for impossível a reprodução eletrónica.

Áreas e Medidas



Área de proteção:

Para uma boa visibilidade é definida a Área de Proteção, margem (arejamento) ao redor da marca, evitando interferências dos outros elementos da composição proporcionando mais visibilidade. Para a Alma do Centro a margem mínima corresponde a largura de 1x módulo quadrado da malha construtiva.

Reduções máximas (largura)



Variações



Linear: A variação Linear Deve ser usada apenas quando não for possível o uso da versão principal. É destinada para peças mais delicadas como gravações em metais, recorte a laser e outras aplicações de bases lineares como lumilárias néon LED.



Falso-Negativo: A variação é uma inversão visual estratégica da marca Alma do Centro, preservando sua legibilidade e elegância em fundos escuros, texturizados ou fotográficos. Proporciona contraste equilibrado sem perder a sobriedade e sofisticação características da identidade.



Monocromática: A variação Monocromática tem o seu uso destinados em impressos ou outros suportes que necessariamente operam com o uso de uma única cor ou textura. Esta é a variação ideal para aplicações em placas de metais, madeira, carimbos, etc.

Variações de Cores



FIT Day: Esta é a principal forma de apresentação da marca composta de coloração pura. Uso recomendado sempre em 1ª instância para backgrounds claros ou branco. A variação fit destina-se a materiais com acabamentos em cores sólidas, como aplicação silk-screen (serigrafia), placas de PVC, madeiras, tintas, etc.

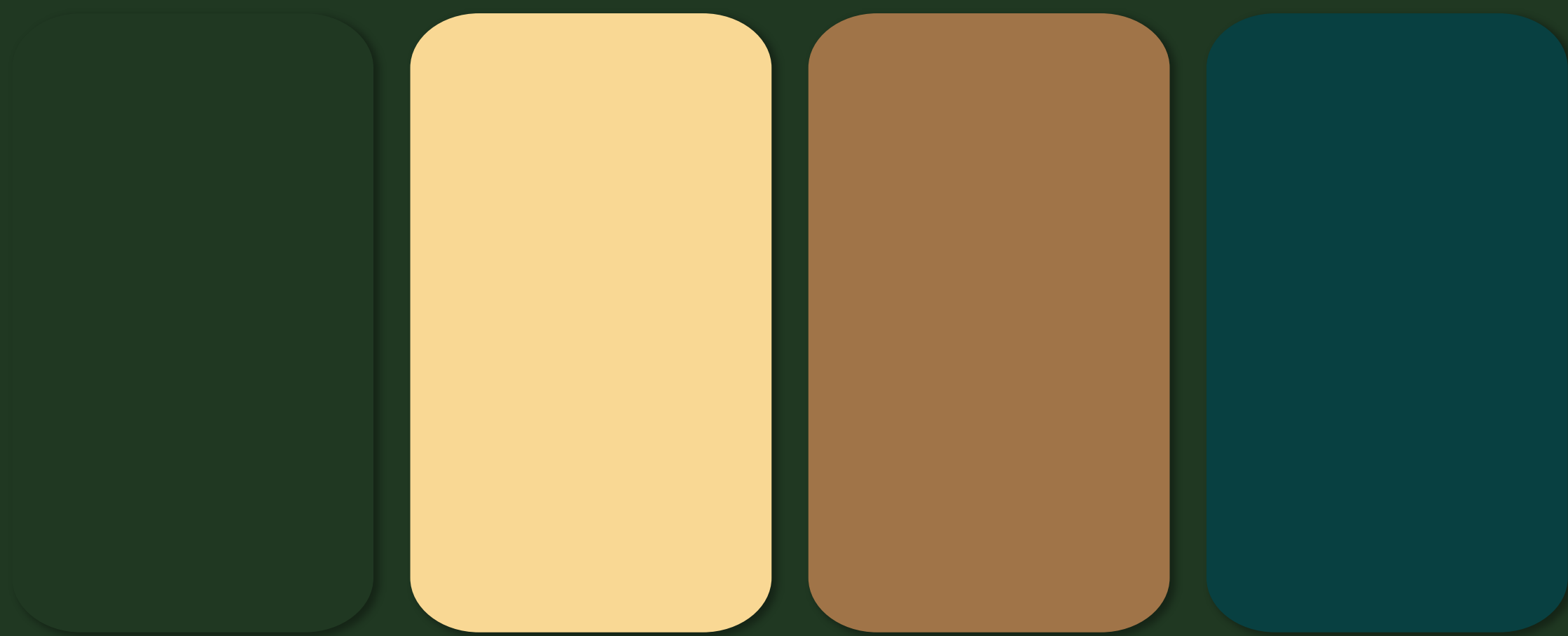


FIT + Degradê: A variação de cor mais majestosa da nossa identidade, une a solidez com imponência e seu uso é recomendado em backgrounds escuros ou cor Terracota.

FIT Light: Esta é a principal forma de apresentação da marca quando o tema em pauta for relacionados as terapias, bem-estar e wellness. Uso é indicado para backgrounds na cor **Centro #bb9365**, ou mais claros. Pode haver também aplicação em fundos verdes.

Aplicações de Cores

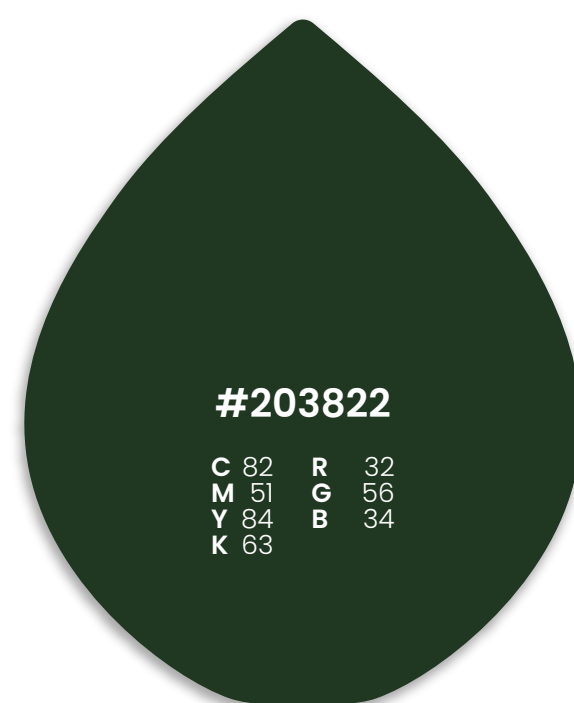




CORES INSITUACIONAL*

Paleta Institucional

VERDE FOREST



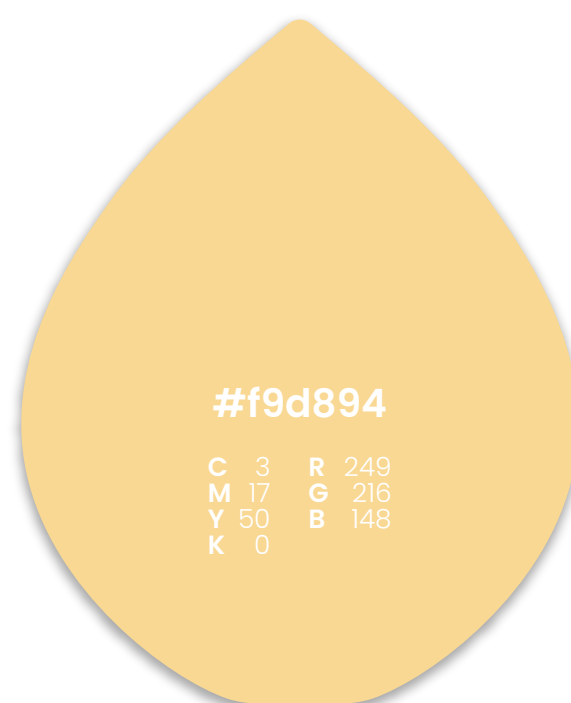
Cor principal da identidade institucional. Representa a ligação com a natureza, a estabilidade emocional e a autenticidade.

Transmite serenidade, crescimento, prosperidade e confiança.

Uso: Background sólido e títulos principais. Empregado em composições que evocam natureza, enraizamento e regeneração.

Psicologia da Cor: Associada à esperança, equilíbrio e o meio ambiente. Reforça o nosso propósito sustentável e regenerativo.

CREAM

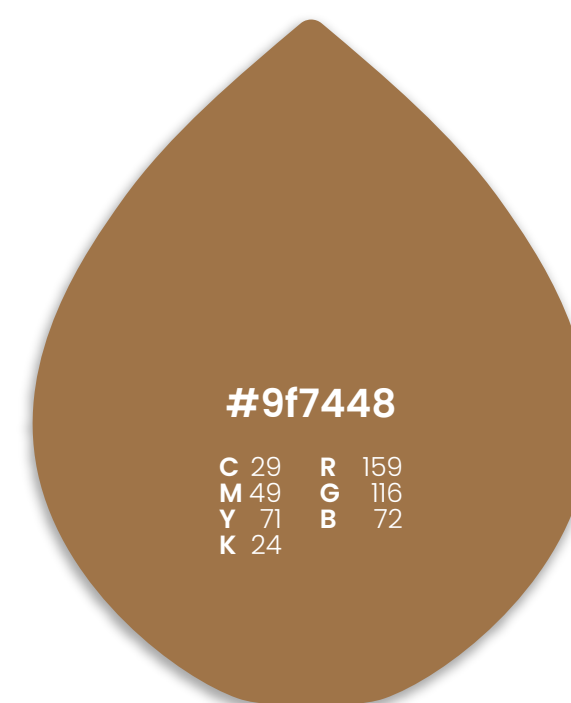


Remete à energia solar, à luz e à vitalidade. É a cor da prosperidade, da alegria e do acolhimento caloroso.

Uso: Backgrounds sólidos, elementos visuais de destaque e subtítulos sobre fundos escuros. Ideal para detalhes que trazem sensação de luminosidade e sofisticação natural.

Psicologia da Cor: Evoca alegria, abundância e bem-estar, refletindo o aspecto humano e luminoso do projeto.

TERRACOTA

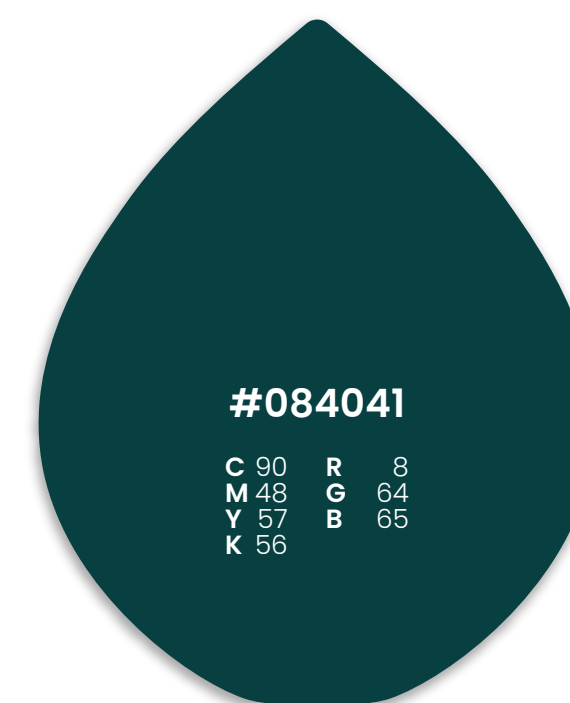


Tom terroso com conotações de estabilidade, maturidade e conexão com o solo. É o elo entre o natural e o sofisticado.

Uso: Background sólido, subtítulos e destaques em contextos neutros. Apoia o equilíbrio entre as cores frias e quentes da paleta institucional.

Psicologia da Cor: Transmite segurança, estabilidade e tradição, evocando o artesanato, a terra e a sabedoria ancestral.

PETRÓLEO



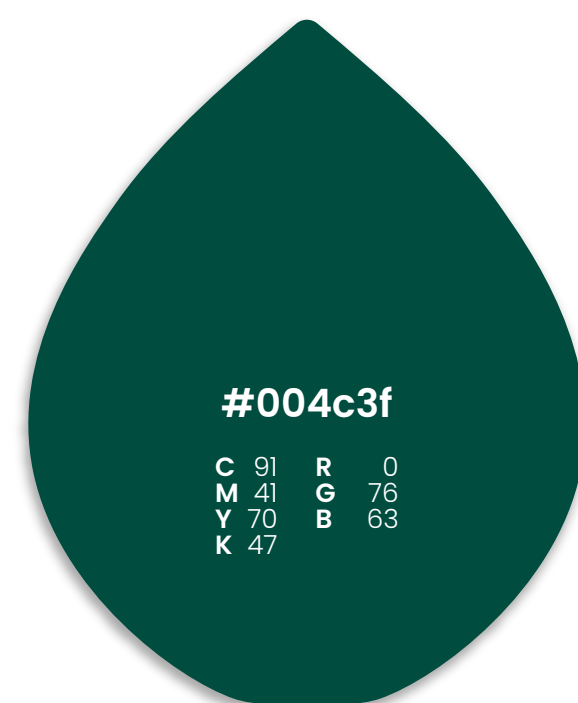
Cor de base e contraste. Representa profundidade, introspecção e confiança interior. Usada para simbolizar a sabedoria e o mistério da natureza.

Uso: Background sólido e tonalidades de contraste em suportes institucionais e corporativos.

Psicologia da Cor: Promove a introspecção, o equilíbrio mental e o enraizamento.

Paleta Filiais Background

HOSTELS

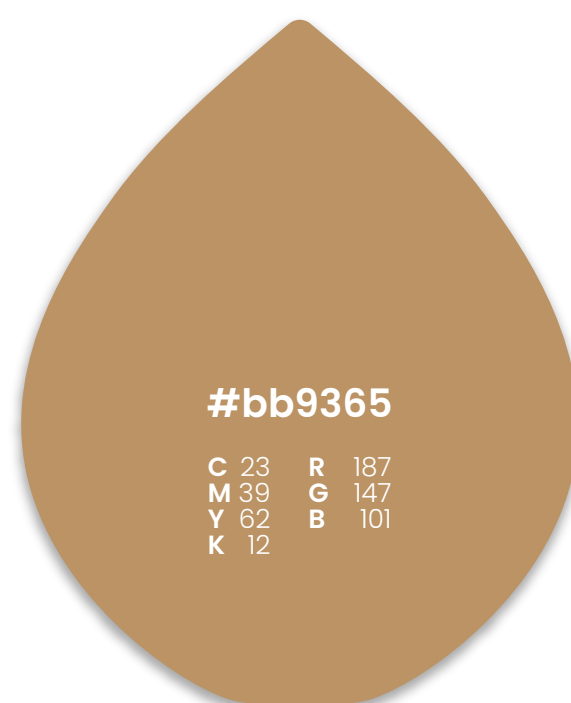


Simboliza a floresta em seu estado mais puro e denso, remetendo à natureza rural e ao refúgio natural.

Uso: Background sólido e elementos visuais da categoria Alma Hostels. Ideal para ambientes ecológicos, acolhedores e sustentáveis.

Psicologia da Cor: Inspira estabilidade, descanso e harmonia com o ambiente natural. Cria uma atmosfera de retiro e reconexão.

CENTRO

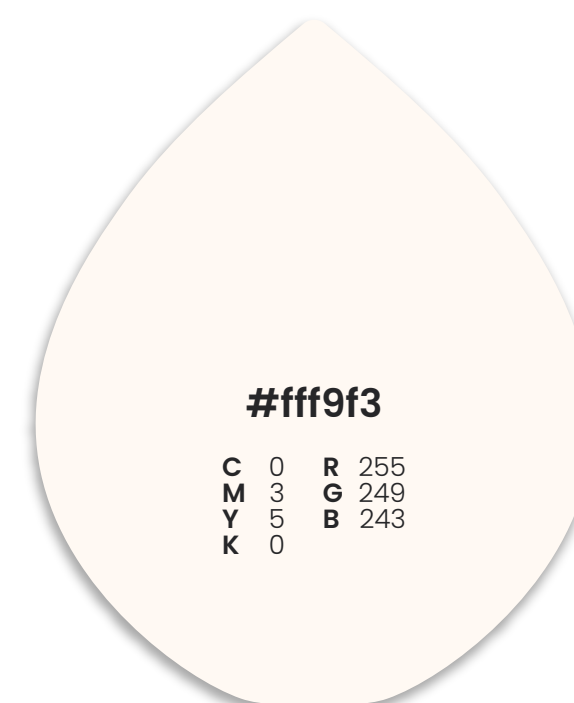


Mistura de luz e terra. Traz equilíbrio, neutralidade e acolhimento. Serve como elo entre o institucional e o sensorial.

Uso: Background sólido da marca principal ou variações "FIT Light". Pode ser usado também como cor de base em aplicações de design interior e comunicação visual.

Psicologia da Cor: Promove calma, neutralidade e conforto. Evoca hospitalidade e naturalidade.

WELLNESS

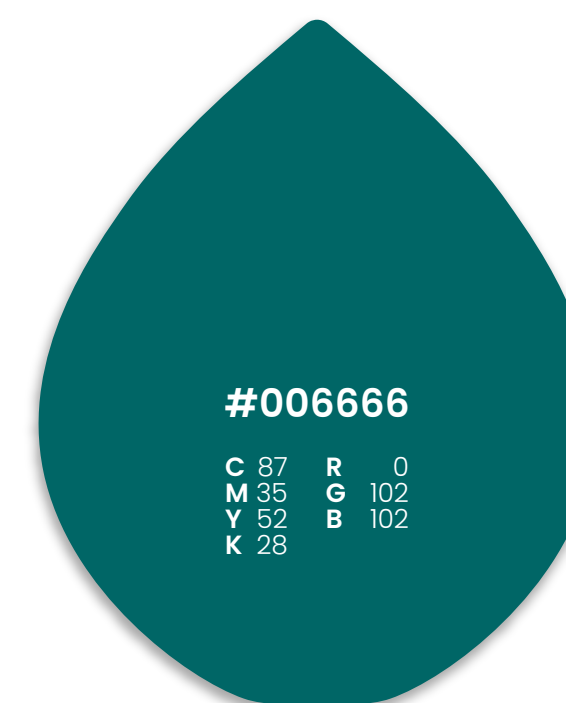


Evoca pureza, calma e equilíbrio espiritual. Traz leveza, espaço e silêncio visual.

Uso: Background neutro de uso geral e cor predominante da categoria Alma Wellness. Favorece composições com elementos de natureza, luz e transparência.

Psicologia da Cor: Simboliza limpeza energética, tranquilidade e recomeço.

CORPORATIVO



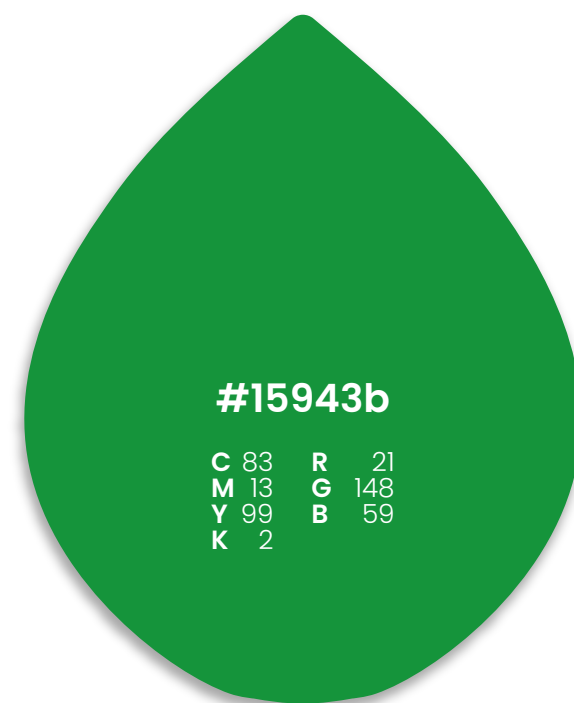
Cor do raciocínio, da comunicação consciente e da integração entre mente e espírito. Traz uma sensação de clareza e equilíbrio emocional.

Uso: Background sólido e elementos visuais da categoria Alma Corporativo. Ideal para materiais empresariais, corporativos e de networking consciente.

Psicologia da Cor: Favorece a clareza mental, a comunicação autêntica e o foco profissional equilibrado.

Paleta Complementar

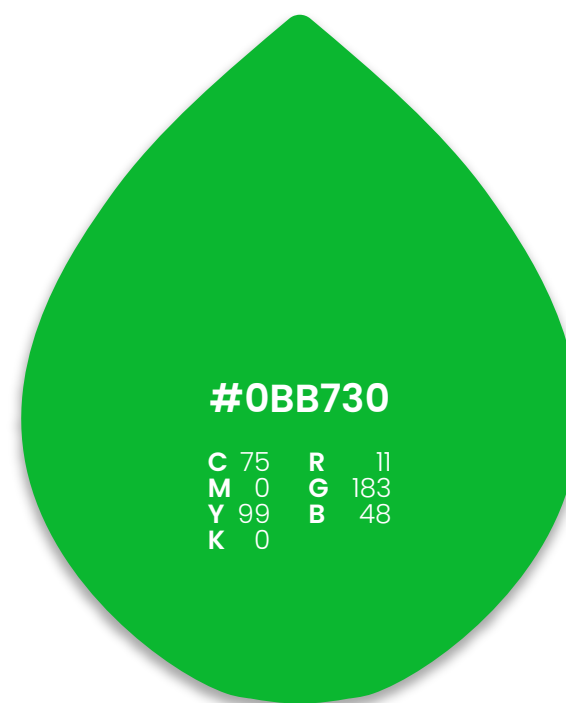
LINK



Cor padrão usada em botões e links. Representa ação positiva, vitalidade e crescimento.

Uso: Botões, links e chamadas à ação. Aplica-se em interfaces digitais e elementos interativos.

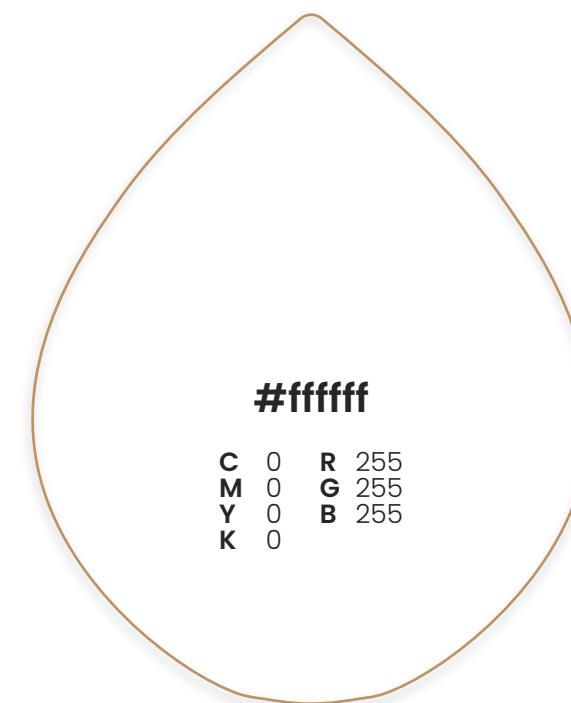
LINK HOVER



Versão vibrante do verde link, usada para hover (passagem do cursor). Transmite dinamismo e resposta positiva à interação.

Uso: Estados interativos em botões e links.

TEXTO



Cor de pureza e clareza total. Cria contraste em fundos escuros.

Uso: Textos corridos ou complementares em fundos escuros ou textos em backgrounds na cor **Centro #bb9365**, ou mais escuro.

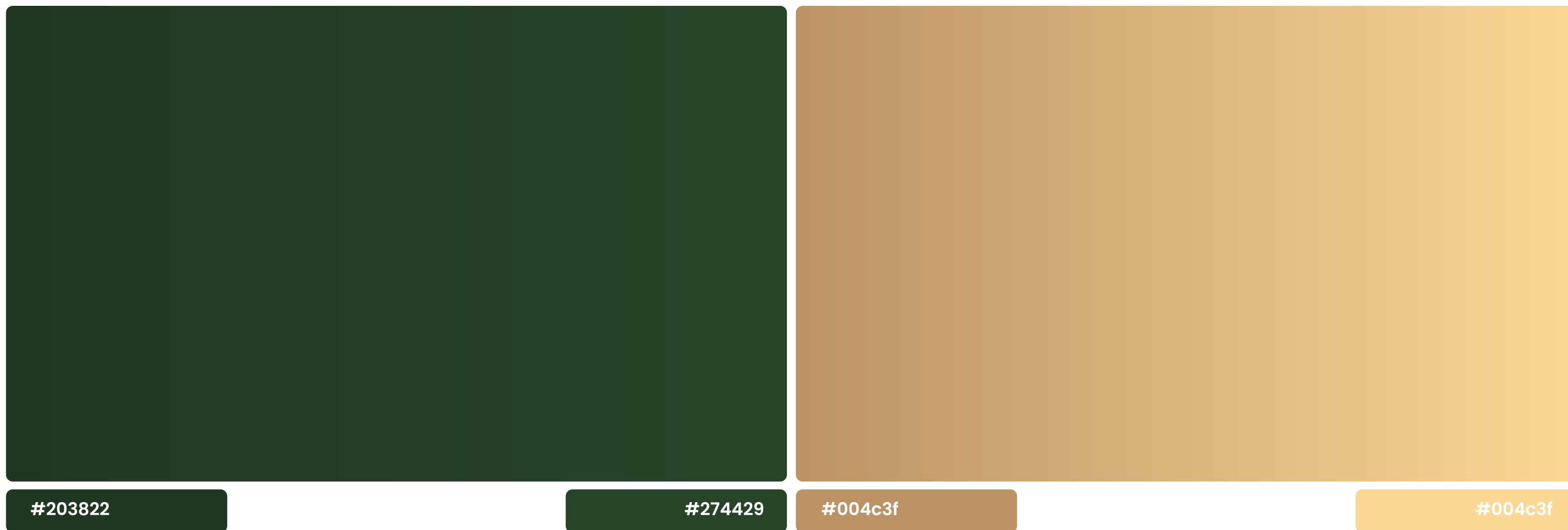
TEXTO



Cor neutra que equilibra a paleta, garantindo legibilidade e sofisticação.

Uso: Textos corridos ou complementares em fundos claros.

Paleta Degradê



Forest: Representa a transição da natureza viva para o mistério da floresta. Traz profundidade e movimento orgânico às composições.

Uso: Fundos visuais, banners, áreas de destaque em interfaces e suportes físicos.

Gold Day: Simboliza o equilíbrio e o calor suave de um dia ensolarado no campo.

Uso: Fundos visuais, aplica-se como detalhe visual em gradientes verticais, horizontais ou radial.



Aa

TIPOGRAFIA INSITUACIONAL*

123

O sistema tipográfico do Alma do Centro foi cuidadosamente selecionado para traduzir o equilíbrio entre o natural e o sofisticado, o espiritual e o funcional. Cada tipografia tem uma função clara dentro da arquitetura visual e da hierarquia de comunicação, criando uma linguagem visual coesa, elegante e facilmente identificável em todas as plataformas.

Tipografia Logotipo *Mãe / Filiais*

Tipografia

Bagind

Alma
DO CENTRO

Tipografia

Monea Elegante

Essa composição é exclusiva do logotipo principal "Alma do Centro", símbolo máximo da marca institucional construído sobre o contraste entre força e fluidez. O nome ALMA representa a essência vital, sólido, orgânico e com traços que evocam a natureza e a espiritualidade. A **Bagind** traz personalidade orgânica, leve e acolhedora, evocando o espírito natural e humano da marca, enquanto a **Monea Elegant** complementa o do Centro, Wellness, Hostels ou Corporativo com um toque de requinte e sofisticação clássica, equilibrando tradição e modernidade.





Aa

Bagind
BAGIND*

123

Tipografia Logotipo *“Alma”*

AaBb

LOREM IPSUM DOLOR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et

Características visuais: fonte serifada contemporânea, com alto contraste e terminais arredondados. Evoca tradição, espiritualidade e autoridade natural. A Bagind atua também como fonte complementar oficial, reforçando a identidade visual em materiais institucionais, impressos e digitais.

Aplicação: o uso respeita a regra de aplicação em Caixa Alta para títulos principais, comunicações de impacto, nomes de seções e chamadas institucionais. Caixa Baixa para subtítulos e destaques secundários, garantindo leveza e harmonia entre hierarquias tipográficas.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh

Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq

Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

? ! @ # \$ % ^ & * . , () - = + [] a o ^ ~ ` ; :

123



A a

Monea

ALEGANTE*

123

Tipografia Logotipo *“DO CENTRO”*

A a B b

LOREM IPSUM DOLOR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et

Características visuais: uma tipografia complementar que traduz clareza, estabilidade e confiança, adaptando-se a cada categoria, seja bem-estar, hospedagem ou ambiente corporativo.

Aplicação: Exclusivamente nos logotipos das filiais e do logotipo institucional. A Monea Elegant não deve ser aplicada em textos, títulos ou materiais complementares, sendo restrita à composição das assinaturas visuais da marca.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh

Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq

Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

1 2 3



A a

TIPOGRAFIA
SUPLEMENTAR

123

Tipografias

Visual

Uso

Bagind

BRAND GUIDELINES

Retail Book 2025

USO EM CAIXA ALTA
DESTINADO PARA
TÍTULO.

Uso em caixa baixa
para subtítulo.

Piloner

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet.

Uso em caixa baixa
destinado ao subtítulo
de categorias ou
excertos / destaque.

Montserrat

Lorem ipsum dolor sit amet, **consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy** nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam ipsum dolor sit amet, *consectetur adipiscing* elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet.

Uso destinado
para texto
complementar,
descrição
completa.



Aa

Piloner

PILONER*

125

Tipografia Complementar

Subtítulo de categorias, excertos ou destaque.

AaBb

Características visuais: Mistura tradição e modernidade, transmitindo autoridade sem perder a empatia e espiritualidade. A Piloner pertence à família das serifas modernas, caracterizada por traços delicados, terminais curvos e contraste visível entre hastes finas e grossas. Sua presença confere um toque sofisticado e editorial.

Aplicação: em subtítulos de categorias, excertos e destaques visuais, a Piloner acrescenta contraste e leveza, ideal para composições elegantes e contemporâneas. Pode ser empregada em impressos, websites, brochuras e materiais editoriais de apoio à marca.

LOREM IPSUM DOLOR

“Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros”

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh

Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq

Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

? ! @ # \$ % ^ & * . , () - = + | | ^a ^o ^ ~ √ ; :

125

Tipografia Complementar

Subtítulo de categorías, excertos ou destaque

Piloner Thin

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Piloner Extra Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Piloner Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Piloner Medium

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Piloner Semi Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Piloner Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Piloner Extra Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Piloner Black

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



Aa

Montserrat

MONTSERRAT*

123

Tipografia Texto Corrido

Textos, descrição completa

AaBb

Características visuais: A Montserrat é a fonte oficial para textos corridos, descrições e conteúdos editoriais. Escolhida pela sua alta legibilidade e versatilidade, ela complementa a estética institucional com modernidade e clareza, sendo adequada para catálogos, páginas web, posts, brochuras e documentos técnicos.

Aplicação: Utilizar pesos conforme a hierarquia do texto. Em fundos escuros, aplicar #ffffff; em fundos claros, aplicar #262628. O espaçamento entre linhas deve garantir leitura fluida e conforto visual, especialmente em meios digitais.

LOREM IPSUM DOLOR

“**Lorem ipsum dolor** sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod *tincidunt ut laoreet* dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros”

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh

Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq

Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

? ! @ # \$ % & * . , () - = + [] ^ ~ ` ´ ; :

1 2 3

Tipografia Complementar *Textos, descrição completa*

Montserrat Thin

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Montserrat Extra Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Montserrat Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Montserrat Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Montserrat Medium

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Montserrat Semi Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Montserrat Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Montserrat Extra Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

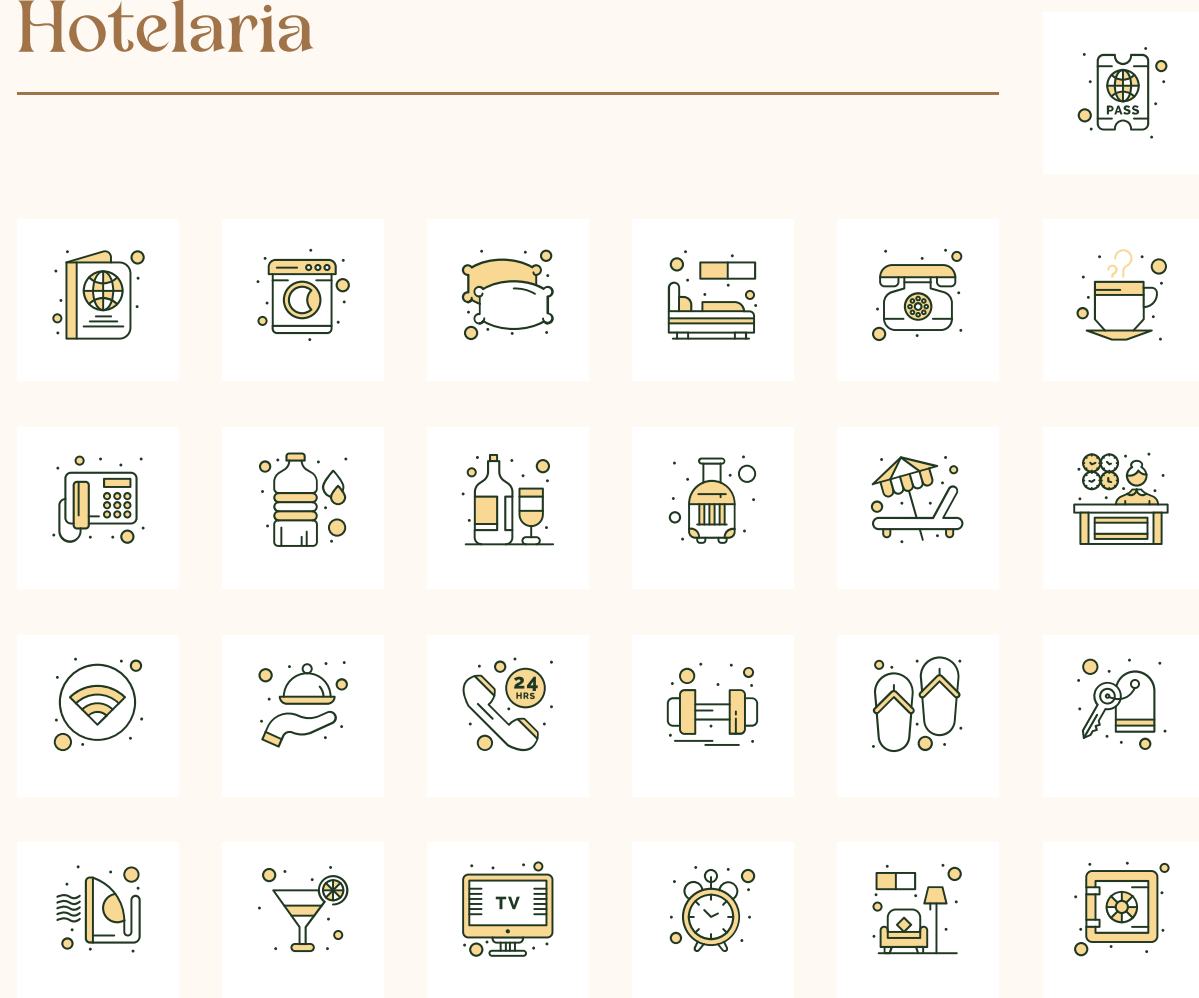


ICONOGRAFIA INSITUACIONAL*



Iconografias

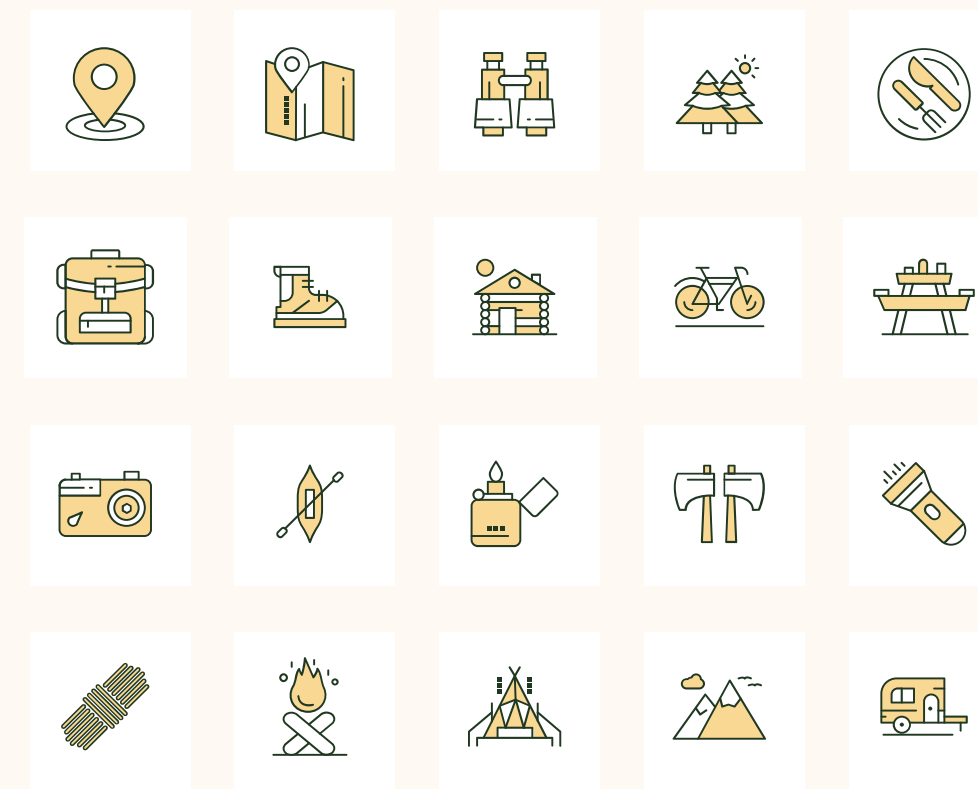
Hotelaria



Hotelaria suplementar



Viagem

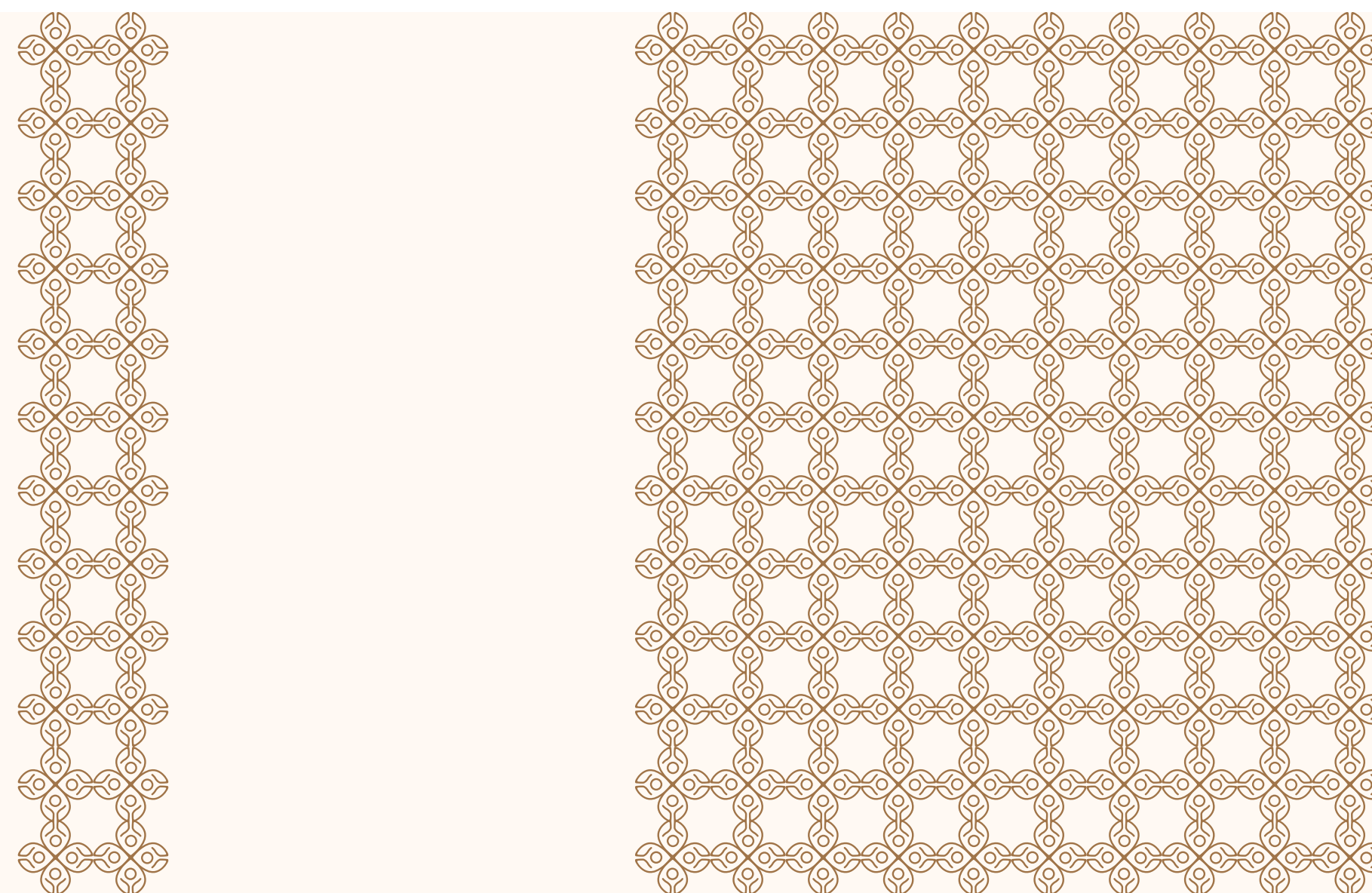
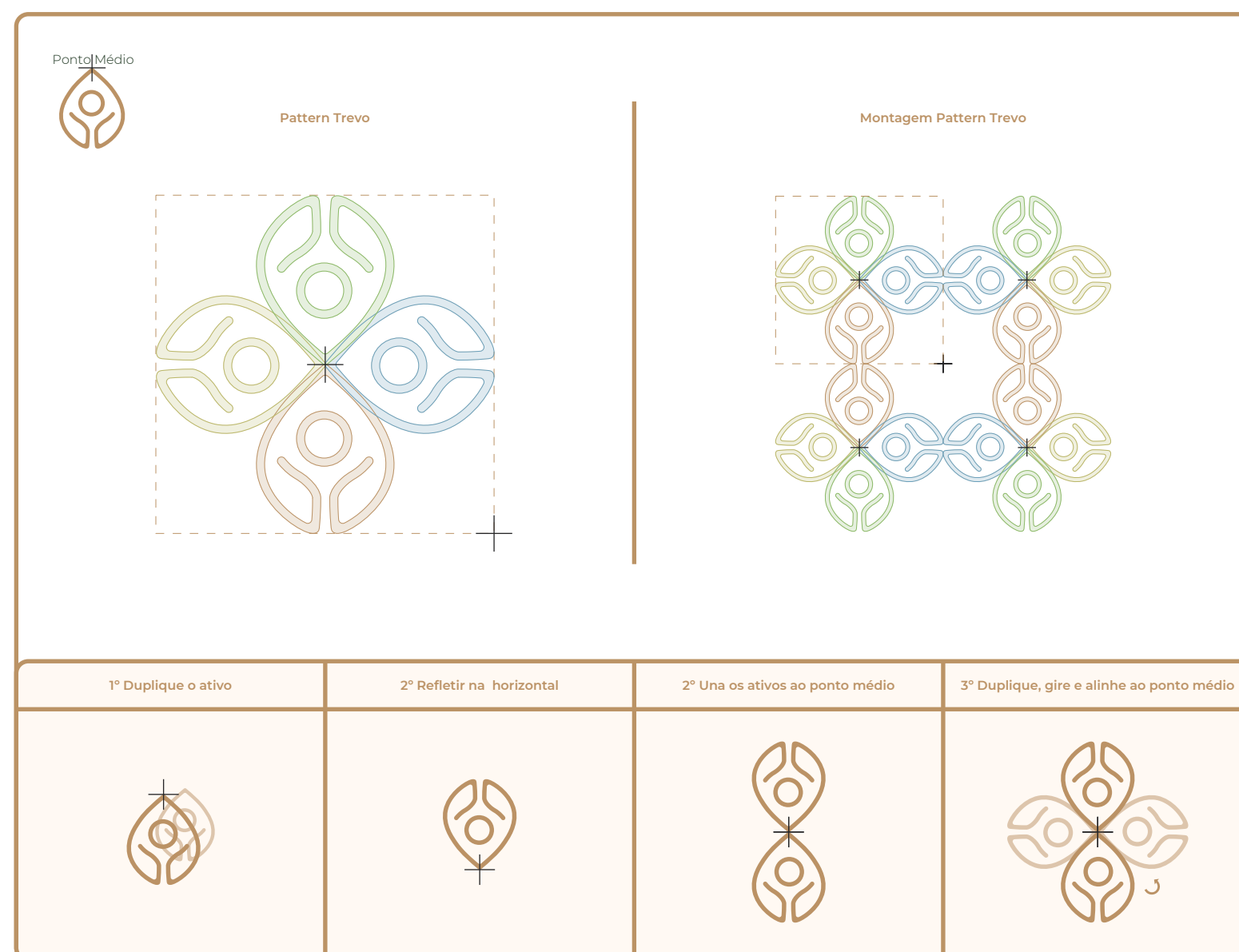




PATTERNS INSITUACIONAL*



Patterns Institucional *Trevo*



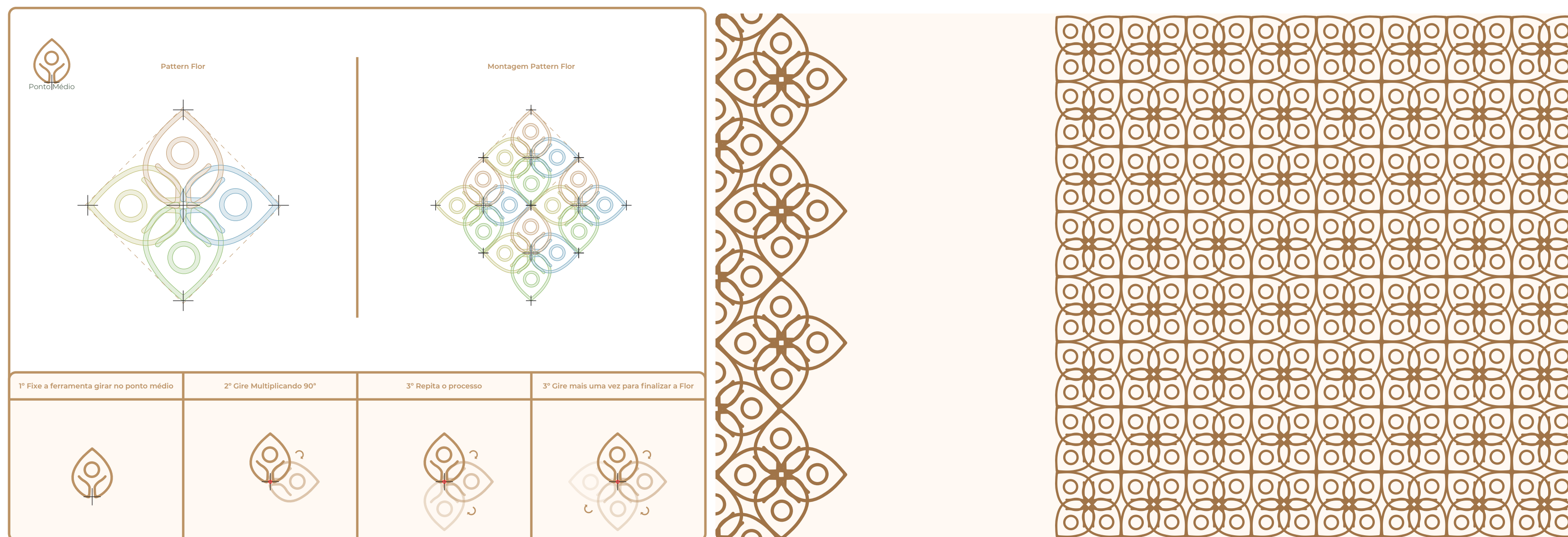
Pattern Trevo: O pattern Trevo representa a essência simbólica da marca, evocando equilíbrio, harmonia e conexão entre os quatro elementos centrais que formam sua base conceitual. O ativo deriva do símbolo da marca mãe, reinterpretado em repetição contínua para gerar uma malha de energia coesa e institucional.

Características visuais: Formado a partir da repetição e rotação do ícone-base, o Trevo constrói uma textura geométrica leve e orgânica. As linhas finas e os espaços negativos equilibram sofisticação e leveza, permitindo uso tanto em grandes planos quanto em aplicações delicadas.

Aplicações: Ideal para fundos institucionais, materiais de apresentação, embalagens e papéis timbrados. Pode ser utilizado em monocromia, dourado, ou em versões com transparência sobre fundos claros.

Observações técnicas: Recomenda-se manter o espaçamento original entre os elementos e não alterar o ângulo de rotação. Pode ser exportado em formato vetorial (.SVG ou .PDF) para preservar a nitidez em impressões de alta resolução.

Patterns Institucional *Flor*



Pattern Flor: O pattern Flor simboliza o florescimento e a expansão da marca a partir do seu centro, um núcleo que emana equilíbrio e crescimento. Representa o lado humano, sensível e inspirador da identidade.

Características visuais: Baseado em formas circulares e simétricas, o pattern cria uma textura de pétalas contínuas, gerando uma sensação de movimento orgânico. Mantém a geometria institucional, mas com fluidez mais suave e ornamental.

Aplicações: Usado em composições editoriais, superfícies decorativas e materiais digitais. Ideal para planos de fundo em áreas amplas ou para destacar seções específicas em materiais de comunicação.

Observações técnicas: Pode ser aplicado com gradiente sutil ou tonalidade sólida em baixa opacidade.

É recomendável o uso em proporção 1:1, evitando distorções que comprometam o ritmo visual do padrão.

Patterns Institucional *Flor Perfeita*



Pattern Flor Perfeita: Versão expandida do pattern Flor, a Flor
Ampliação intensifica a presença visual do símbolo institucional. Sua repetição em escala ampliada reforça o conceito de identidade viva e em constante crescimento.

Características visuais: Exibe formas amplas e arejadas, valorizando o espaço negativo e o contraste entre os módulos. O design ganha força e impacto visual, mantendo a sofisticação e a coerência com a linguagem da marca.

Aplicações: Perfeita para grandes planos de fundo, ambientações, paredes, banners, capas e apresentações. Funciona como assinatura visual de grande escala, mantendo a identidade reconhecível à distância.

Observações técnicas: Utilizar preferencialmente em escala vetorial. Recomendado preservar o grid original e a proporção das formas para evitar desalinhamentos nas repetições.



IMPRESSOS GRÁFICOS*

2

Manual de arte final e impressão.

conteúdos

índice

.....	14
.....	15
.....	16
.....	17
.....	18
.....	19
.....	20
.....	21
.....	14
.....	15
.....	16
.....	??
.....	??
.....	??



Cartão de Visita Institucional

Função: Material de apresentação pessoal e institucional, utilizado em interações profissionais, eventos e recepção de hóspedes.

Características visuais: Design duplo-face com predominância das cores Verde Forest e Cream. O logotipo ocupa o centro do verso em composição minimalista, enquanto o anverso exibe dados de contato em tipografia Montserrat e Bagind, com uso equilibrado de ícones dourados e espaçamento respirado.

Método de produção: Impressão offset em cartão couché 300g/m², acabamento laminado fosco com aplicação de verniz localizado sobre o logotipo. Canto arredondado 3 mm.

Observações técnicas: Respeitar margens de segurança de 3 mm e sangria de 2 mm. Versão alternativa disponível em cor Petróleo para fundos escuros.



Etiqueta de Porta

Função: Sinalização de uso interno nos alojamentos Alma do Centro. Comunica de forma gentil a necessidade de privacidade.

Características visuais: Design vertical com furo circular superior. Fundo verde escuro (#203822) e tipografia Piloner em tom dourado (#f9d894). Logotipo aplicado em versão monocromática.

Método de produção: Impressão digital em papel cartão 300g/m², acabamento fosco e plastificação leve para resistência. Corte laser circular.

Observações técnicas: Pode ser produzido também em PVC ecológico reciclável. Furar sempre 4,5 cm de diâmetro centralizado.



Envelope Institucional

Função: Envio de correspondências, vouchers de reserva e comunicações corporativas.

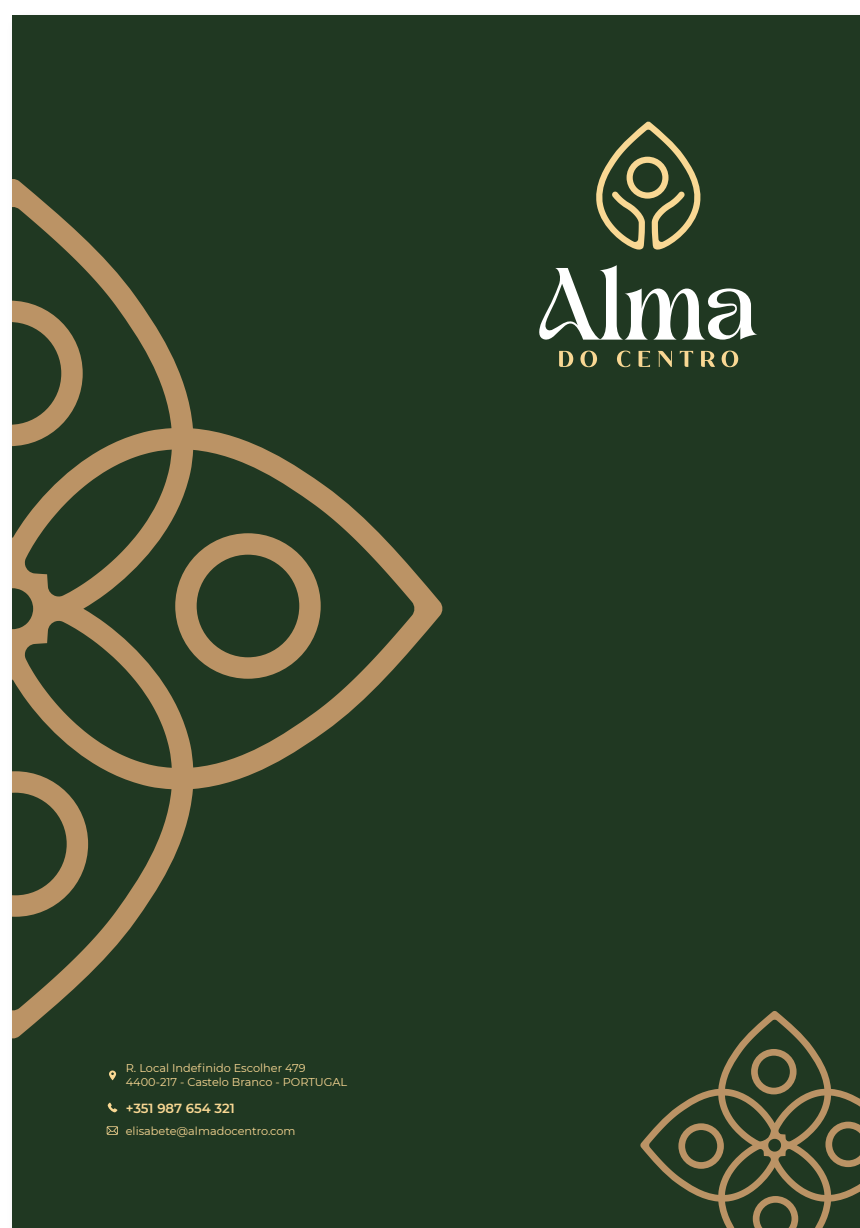
Características visuais: Composição horizontal. Frente em verde escuro com logotipo Alma e verso em dourado com aplicação do pattern institucional Flor.

Método de produção: Papel offset 240g/m², impressão offset dupla face, acabamento fosco, fechamento com aba adesiva.

Observações técnicas: Formato DL (110x220 mm). Manter área livre de 15 mm ao redor da aba de selagem



Pasta de Documentos / A4



Função: Organização de formulários, brochuras, recibos e documentos administrativos da marca.

Características visuais: Design de contraste duplo: um modelo em verde e outro em bege, ambos com pattern institucional de base. Logotipo centralizado e espaço interno para cartões e folhetos.



Método de produção: Papel cartão 350g/m², laminação fosca, vincos laterais e colagem de aba interior. Corte a laser para encaixe de cartão.

Observações técnicas: Formato A4 fechado (220x310 mm). Pode receber verniz localizado no logotipo.

Função: Uso em correspondências oficiais, orçamentos, contratos e documentos internos.

Características visuais: Versão clara com fundo neutro

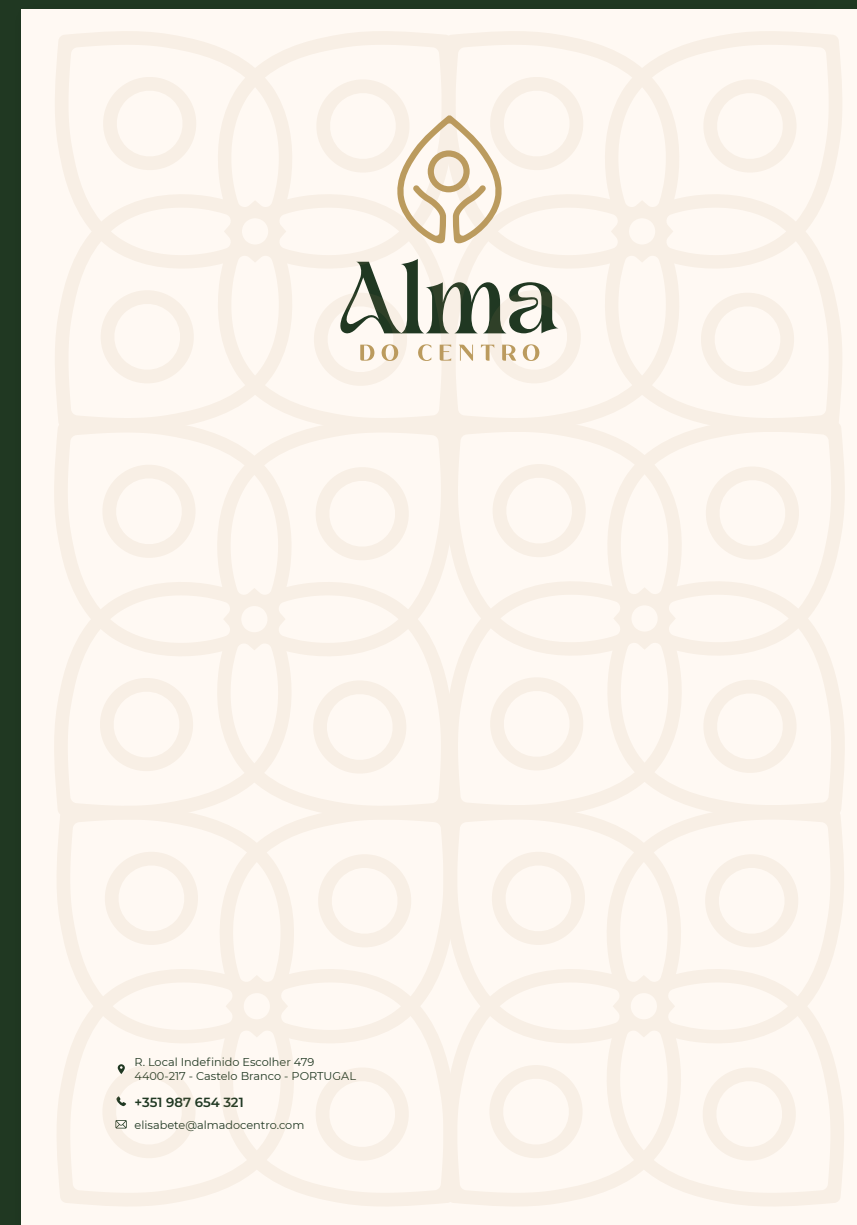
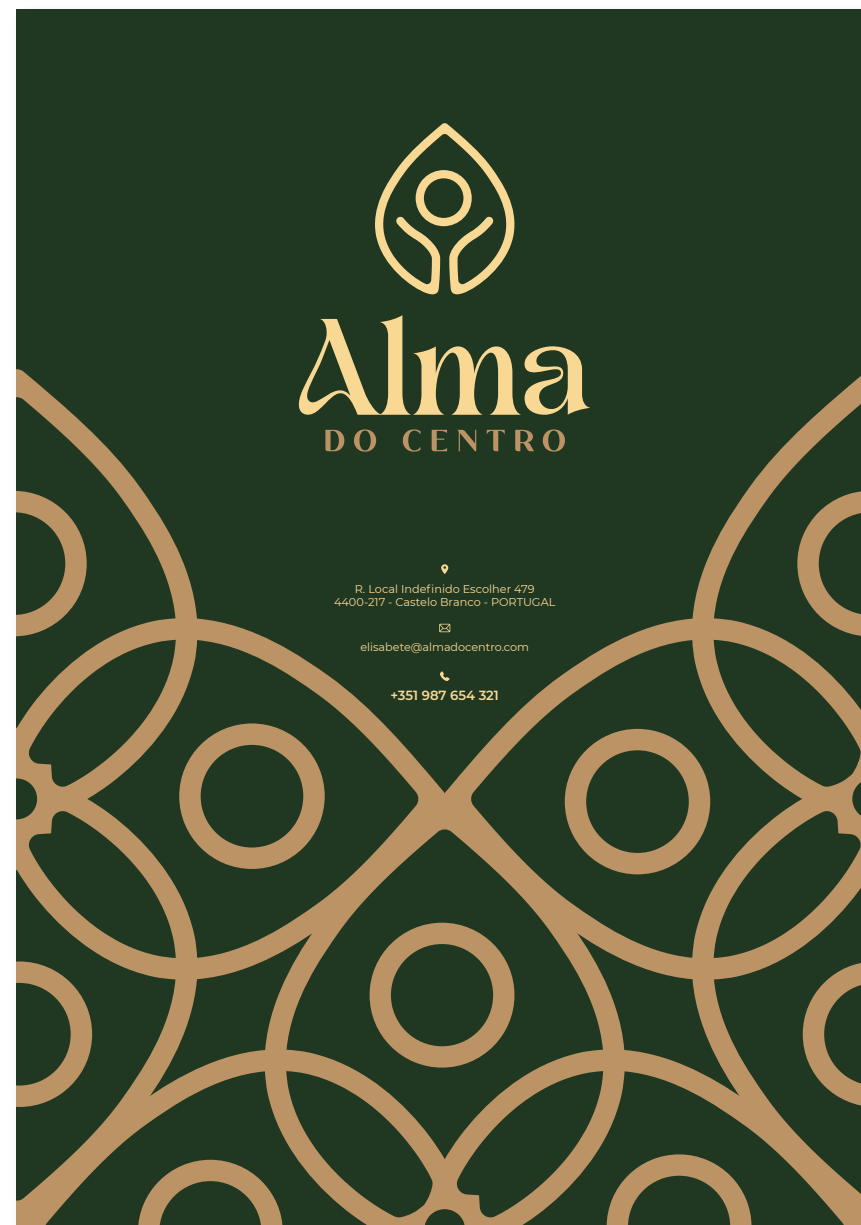


(#fff9f3) e aplicação sutil de pattern institucional no rodapé.

Cabeçalho com logotipo centralizado e tipografia Montserrat Regular.

Método de produção: Papel offset 120g/m², impressão 4x0 cor.

Observações técnicas: Margem superior de 25 mm e inferior de 20 mm. Recomendado uso em impressão laser ou digital colorida.





SOCIAL MEDIA*

5

Estratégia de visuais instagram.





Projeto CONTINUA...

