



MANUAL  
DA MARCA

# GUIA DE BOAS PRÁTICAS

## MANUAL DA MARCA

Olá!

Nós somos a Proteína Digital e temos a missão de criar, estruturar e potencializar marcas para que atinjam resultados no lugar de incertezas.

Neste material apresentamos conceitos, estratégias e diretrizes necessárias para o desenvolvimento e eficiência do universo de marca **Escola de Pais do Brasil**.

Através dele, explicamos como a EPB se posiciona, se mostra e se comunica, respeitando suas características, valores, inspirações e ideais.

Para maximizar a consistência e o poder da EPB, este material deve ser utilizado em conjunto com os briefings de cada demanda e os objetivos específicos de cada estratégia.

Vamos?

# SUMÁRIO

## 04 ATRIBUTOS DA MARCA

05 Arquétipos

06 Propósito

## 07 PERSONALIDADE DA MARCA

08 Características

13 Essência

14 Posicionamento

15 Manifesto

## LINGUAGEM DA MARCA

16 A voz da marca

17 O que fazer e o que não fazer

18 Palavras que definem a marca

19 Palavras que não definem a marca

## LOGOTIPO

21 Colorida completa

22 Colorida simplificada

23 Preto e branco

24 Uso correto

25 Uso incorreto

27 Aplicação sobre imagens

28 Área de proteção

29 Proporcionalidade

31 Redução máxima

32 Paleta cromática

## TIPOGRAFIA

33 Fonte destaque

34 Fonte textual

35 Aplicação

## 37 FOTOGRAFIA

41 KEY VISUAL

# ATRIBUTOS

É tudo aquilo que define a marca e como ela é.  
Aqui, traçamos as estratégias que definem  
os arquétipos, o propósito, os valores,  
motivos e a personalidade da EPB.

Atributos

## ARQUÉTIPOS

Por meio da combinação de arquétipos, criamos uma personalidade única para a marca, que vai permear toda a sua comunicação.

### O SÁBIO - COMPREENSÃO (REGENTE)

A Escola de Pais do Brasil foi criada para auxiliar os mais diversos tipos de família na educação dos filhos. Como associados, nosso objetivo é orientar e acolher pais, mães e agentes educadores nos maiores desafios da criação. Somos voluntários, minuciosos, confiantes e valorizamos o conhecimento e a reflexão para atingir resultados saudáveis e assertivos nos relacionamentos familiares.

*Palavras que definem o arquétipo: sabedoria, compreensão, familiaridade, cultura, percepção, detalhes, confiança, reflexão, conhecimento e educação.*

### CRIADOR - INOVAÇÃO

O mundo está em constante transformação e evolução, precisamos acompanhar essas mudanças. Buscamos soluções inovadoras para a educação familiar, valorizando o diálogo, a compreensão e o aprendizado lúdico. Somos criativos, autênticos e queremos romper conceitos e ideias retrógradas que não contribuem com o desenvolvimento humano, respeitando cada etapa de amadurecimento.

*Palavras que definem o arquétipo: inovação, inspiração, criatividade, autenticidade, renovação, transformação, revolução, imaginação, propósito, valor e prevenção.*

### CARA COMUM - COMUNIDADE

Queremos empoderar pais e mães para se sentirem mais seguros na hora de educar. Acreditamos na força do coletivo e buscamos estabelecer conexões verdadeiras e profundas baseadas na troca de experiências. Somos empáticos, democráticos, inclusivos e valorizamos a diversidade.

*Palavras que definem o arquétipo: conexão, troca, coletividade, pessoas, pertencimento, pluralidade, diversidade, empatia, inclusão e segurança.*

### CUIDADOR - AJUDA

Sabemos da importância de se sentir acolhido e compreendido. Por isso, temos a missão de ser o ponto de apoio das famílias em suas maiores dores e dificuldades, o ombro amigo que escuta e aconselha. Somos compassivos, generosos, caridosos e fazemos o que for possível para amenizar sentimentos de medo e culpa que atingem grande parte das mães e pais na hora de educar.

*Palavras que definem o arquétipo: cuidado, compaixão, generosidade, ajuda, apoio, solidariedade, altruísmo, auxílio, assistência e amparo.*

Atributos

## PROPÓSITO

Orientar, empoderar e inovar a relação de famílias para que ajam como agentes transformadores da sociedade, contribuindo para a formação de cidadãos mais conscientes, livres e humanos.

### O QUE

Entidade de trabalho voluntário e sem fins lucrativos que orienta famílias e agentes educadores nos desafios da educação, criação e relacionamento familiar.

### COMO

Por meio de atividades educativas, como círculos de debates, cursos, oficinas, seminários e palestras, presenciais e virtuais que visam promover a troca de experiências, a reflexão e a construção de conexões verdadeiras e profundas. Nossos encontros se realizam em todo o território nacional em colégios, clubes, empresas, igrejas ou em qualquer lugar onde haja a possibilidade de reunir pessoas preocupadas com a educação das crianças e/ou adolescentes e com o relacionamento familiar. Também contamos com encontros virtuais para que pessoas de qualquer lugar do mundo possam participar.

### PORQUE

Acreditamos que o conhecimento é a chave para transformar o mundo. Queremos aprimorar a formação de famílias e educadores para que possam criar cidadãos melhores para a sociedade. Valorizamos o respeito ao ser humano e à vida, o bem-estar físico e mental de pais e filhos, para que juntos possamos construir uma educação transformadora, baseada no diálogo e no respeito.

### QUEM

A Escola de Pais do Brasil é voltada para pais, futuros pais, famílias e agentes educadores. Estamos abertos a receber pessoas com diferentes realidades e vivências. Afinal, cada um de nós carrega bagagens importantes que podem somar no debate de ideias, reflexões e soluções.

# Personalidade

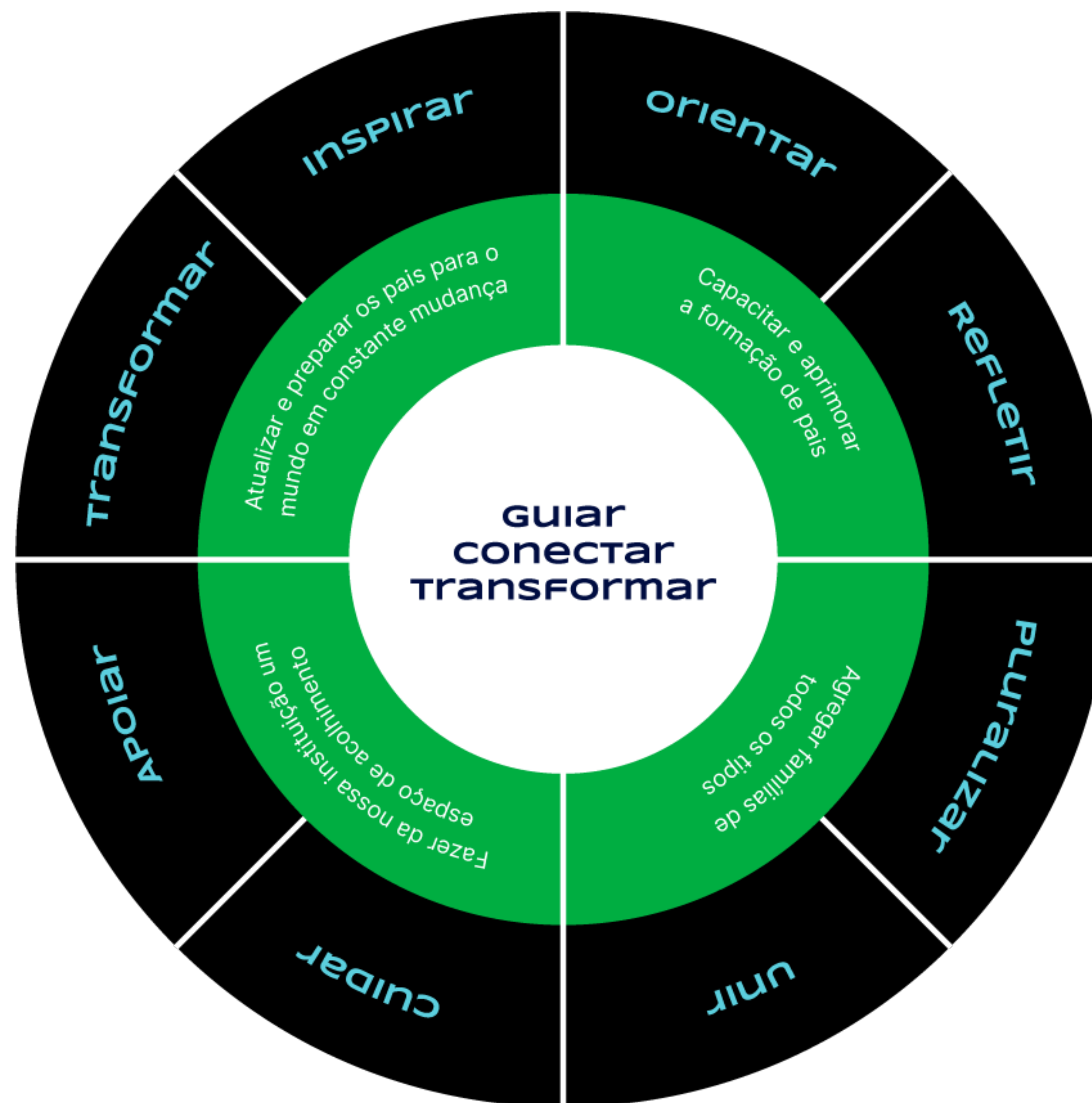
Utilizamos a bússola de características, uma ferramenta que orienta nossa estratégia e visão, assim como o relacionamento da EPB com diferentes públicos.

Personalidade da marca

## características

### BÚSSOLA DA EPB

Uma ferramenta que orienta nossa estratégia e visão da Escola de Pais do Brasil trazendo os pilares da comunicação e 8 características que definem a marca.





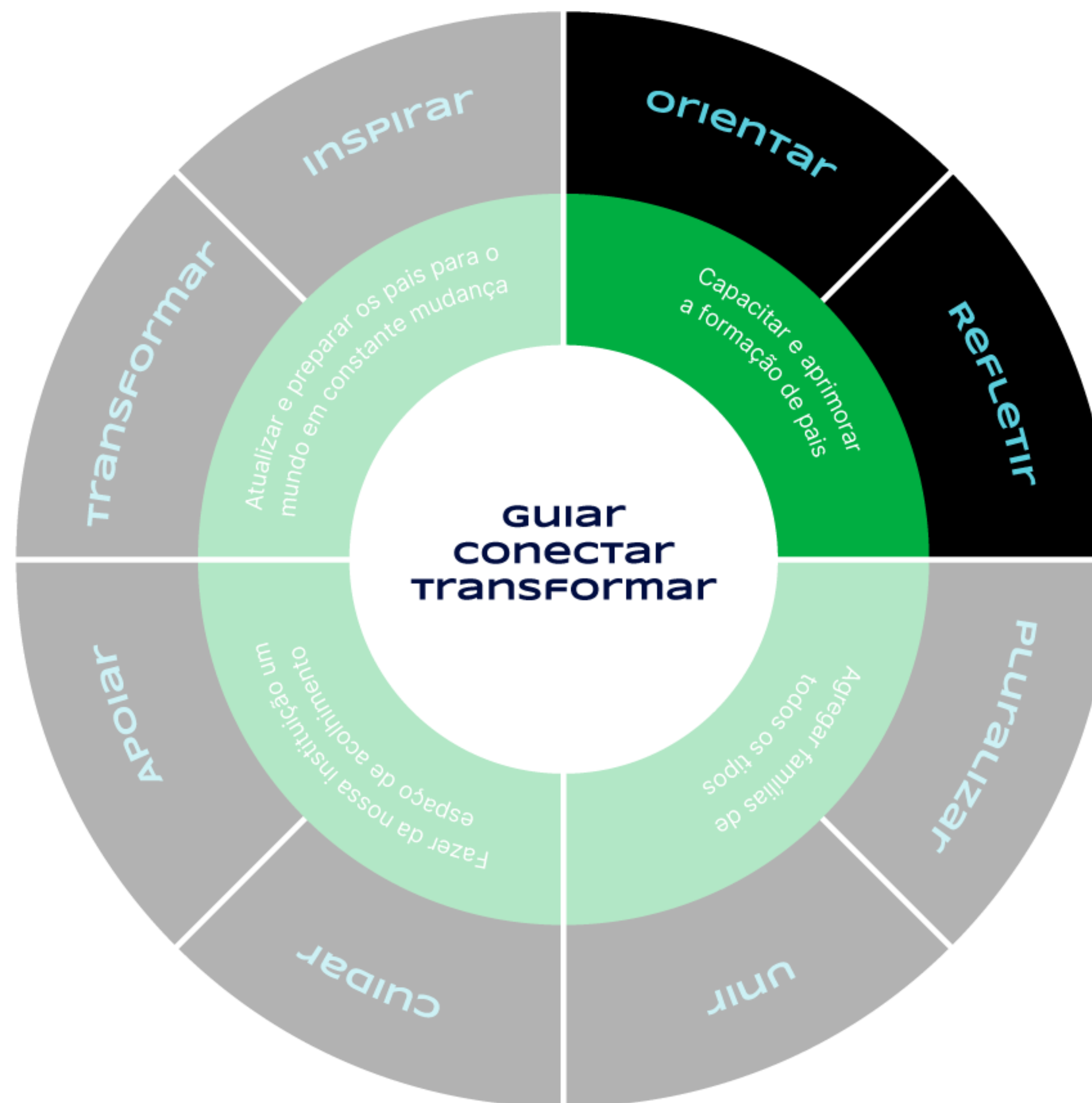
Personalidade da marca

## características

### ORIENTAR E REFLETIR

*Capacitar e aprimorar a formação de pais*

Acreditamos que buscar conhecimento é a melhor forma de se sentir seguro e confiante na hora de criar e educar os filhos. Nosso trabalho é preventivo e orientativo, abordamos problemáticas reais que possam estar presentes nos mais diversos tipos de famílias e como solucioná-las da melhor forma possível, evitando consequências negativas e prejudiciais para o desenvolvimento das crianças e das relações familiares.



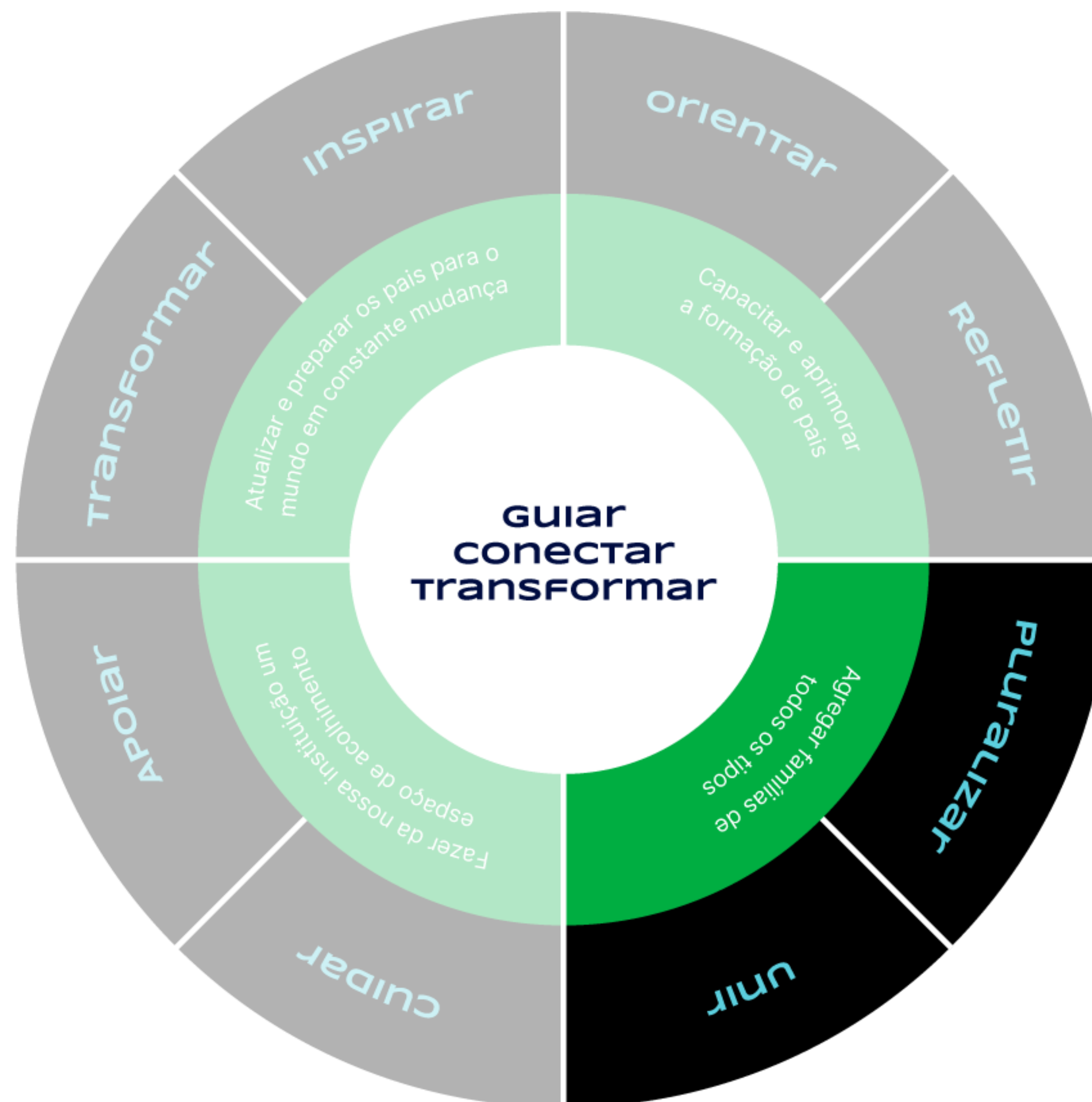
Personalidade da marca

## características

### PLURALIZAR E UNIR

*Agregar famílias de todos os tipos*

Estamos abertos a conexões com famílias de todas as idades, raças, condições sociais, credos políticos e religiosos. Valorizamos a diversidade e promovemos círculos de debates e troca de experiências para que as famílias não se sintam sozinhas e desamparadas em suas maiores dificuldades, dúvidas e medos.



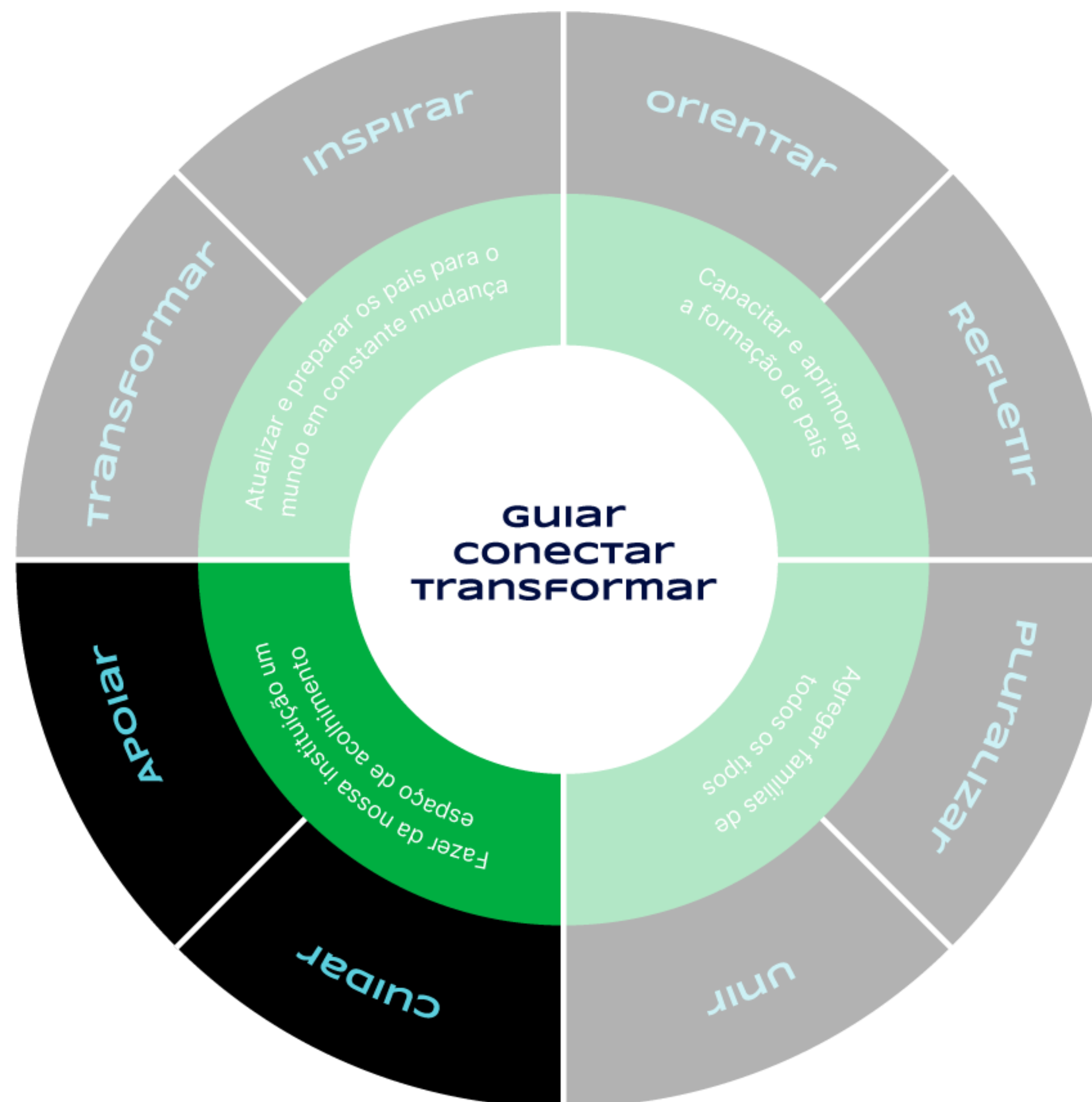
Personalidade da marca

## características

### CUIDAR E APOIAR

*Fazer da nossa instituição  
um espaço de acolhimento*

Nosso objetivo é auxiliar os pais na educação cotidiana de seus filhos de forma acolhedora e amorosa. Sabemos o tamanho da responsabilidade que é educar uma criança na sociedade atual, em meio a tantas cobranças e imposições. Por isso, recebemos todas as famílias com amor, compreensão e sem julgamentos, ajudando a tornar a jornada educacional mais leve e fluida.



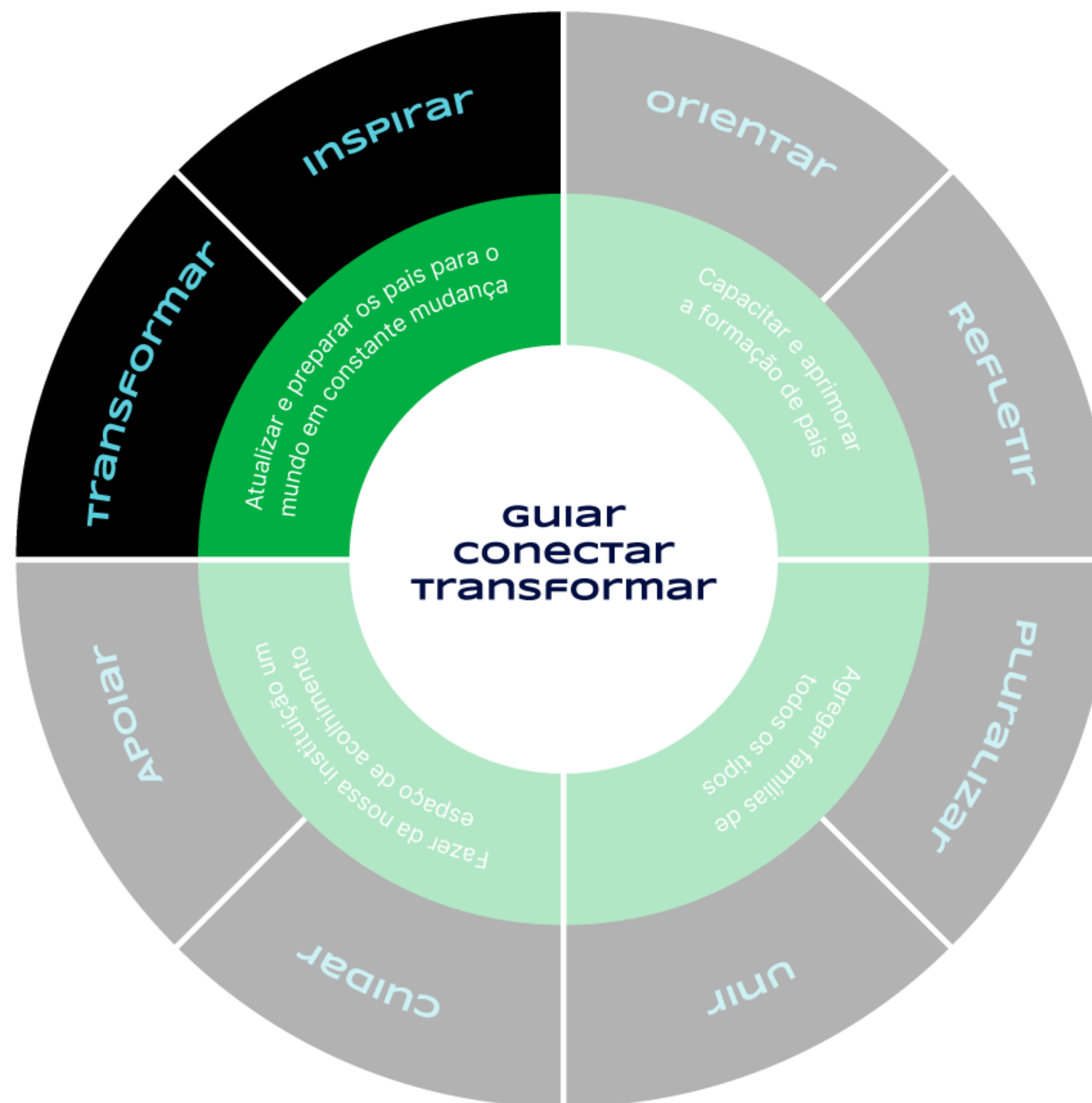
Personalidade da marca

## características

### TRANSFORMAR E INSPIRAR

*Atualizar e preparar os pais para o mundo em constante mudança*

Cada fase de desenvolvimento tem uma particularidade que precisa ser respeitada e estimulada. Por meio de metodologia própria, queremos transformar a educação num momento de grande realização para as famílias, inspirando-as a buscar caminhos inovadores e criativos que melhor contribuam com o crescimento e amadurecimento de seus filhos.



# Essência

Entidade de trabalho voluntário, gratuito, sem fins lucrativos, que visa capacitar pais, futuros pais, cuidadores e educadores no processo educacional de crianças e adolescentes, estimulando boas práticas baseadas no respeito, na ética e na cidadania para criar cidadãos mais conscientes na sociedade.

# POSICIONAMENTO

Somos uma instituição que orienta famílias no processo educacional com o intuito de gerar impacto positivo na sociedade. Temos a missão de levar informação e apoio para todas as famílias, estimulando e incentivando relacionamentos familiares mais conscientes. Nos destacamos das demais organizações pela humanização e conexão significativa com o nosso público, valorizando e respeitando as particularidades e experiências de cada um.

Personalidade da marca

## MANIFESTO

# Orientar Para Transformar

Educar é como uma viagem.

Às vezes, sabemos para onde queremos ir,  
mas não sabemos como.

Outras vezes, até sabemos o caminho,  
mas não sabemos para onde ele vai nos levar.

Há dias que nos perdemos.

Ou nos encontramos.

Há dias de cansaço,  
de obstáculos no caminho,  
dias sem rumo...

Mas cada instante vale a pena.

Porque educar é sobre  
as experiências que vivemos.

É explorar o mundo,  
compartilhar momentos,  
escrever novas histórias.

É sobre ver, entender e acolher o outro.

É caminhar junto, criar novos horizontes.  
E ir sempre juntos para um lugar melhor.

É colher os frutos daquilo que  
plantamos de melhor: a família.

Educar é como uma viagem que  
transforma vidas, as pessoas,  
o mundo, e o amanhã.

**Escola de Pais do Brasil,  
orientando famílias para transformar o futuro.**

# A VOZ DA marca

A linguagem da EPB é composta por todas as características de comunicação falada ou escrita, que devem seguir diretrizes para garantir uma comunicação positiva, gentil, orientadora, plural, inspiradora, acolhedora, preventiva, agregadora e responsável.



## O QUE FAZER, O QUE NÃO FAZER

Somos empoderadores, empáticos, transformadores, motivadores e utilizamos nossa sabedoria adquirida durante anos para acolher e orientar pessoas. Queremos que as famílias possam exercer suas funções na sociedade com mais tranquilidade, sabedoria e acolhimento.



Contrações não são bem-vindas;



Podemos utilizar emojis, porém não é conveniente usar memes e gírias;



Números: sempre utilizar o numeral ao invés de texto por extenso;



Para facilitar a compreensão, sempre redigir conteúdos densos utilizando subtópicos ou listas;



Sempre explicar os termos técnicos quando precisar utilizá-los;



Utilizar uma linguagem responsável, leve e acessível a todos os tipos de famílias.

Linguagem da marca

## Palavras que definem a marca



Sabedoria; Conhecimento; Orientação; Reflexão; Educação; Empatia; Inclusão;  
Coletividade; Troca; Experiência; Confiança; Respeito; Compreensão; Apoio;  
Prevenção; Transformação; Acolhimento; Segurança.

## Palavras que não definem a marca

- ⊗ Mal-estar; Inexperiência; Estupidez; Frieza; Exclusão; Condenação; Julgamento; Desamparo; Indelicadeza; Indiferença; Insegurança; Solidão; Intolerância; Conservadorismo; Desrespeito; Retrógrado.

# UNIVERSO VISUAL

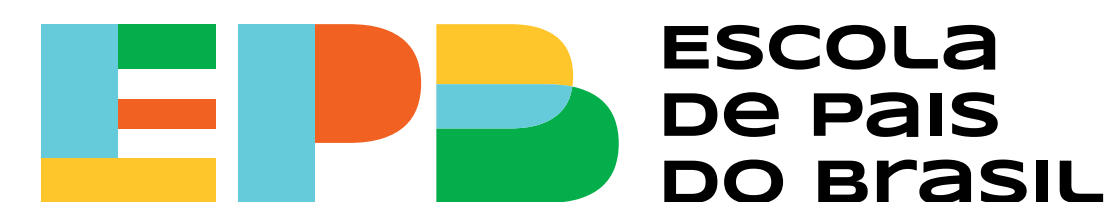
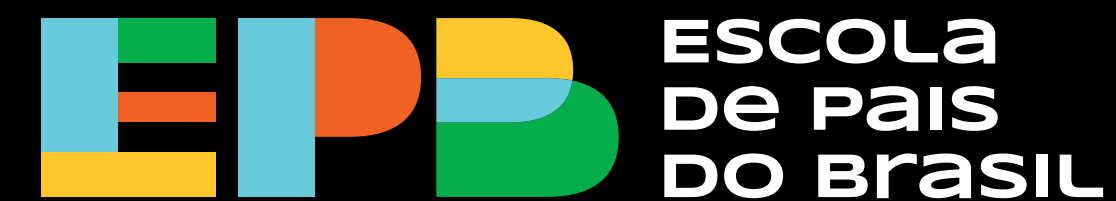
Logotipo

Logotipo

**COLORIDA COMPLETA**



Versão completa



Logotipo

**COLORIDA SIMPLIFICADA**



Versão simplificada



Logotipo

**Preto e Branco**


**EPB** ESCOLA  
DE PAIS  
DO BRASIL

**EPB** ESCOLA  
DE PAIS  
DO BRASIL

Logotipo

## USO correto

As cores possuem grande importância na identificação visual de uma marca e sua utilização de forma estratégica otimiza o reconhecimento por parte do público.

- Em fundos nas cores  o logotipo deverá ser monocromático na cor branca.
- Em fundo branco, o logotipo deverá ser colorido ou preto.
- Em fundo preto, o logotipo deverá ser colorido ou branco.





Logotipo

## USO INCORRETO

Sempre respeite as cores da marca e a melhor aplicação em cada situação.

Correto:



Logotipo

## USO INCORRETO

Nunca deforme a marca. Sempre respeite sua forma original.

Veja ao lado alguns exemplos de práticas que não devem ser utilizadas.

Correto:



**Não distorcer.** Manter a proporção conforme página 29.



Não utilizar efeitos.



Não fazer composições.



Não mude a orientação.



Não utilizar somente o texto como logotipo.

Logotipo

## APlicação SOBRE imagens

Na necessidade de aplicação do logotipo sobre imagens, deve-se levar em conta a legibilidade de todos os seus elementos.



Priorize a aplicação nos fundos das cores da marca.



Evite sobrepôr em junções de elementos.



Posicione o logo onde haja contraste.



Não use o logo em áreas de baixo contraste.



Quando não houver contraste, utilize um fundo de cor sólida.



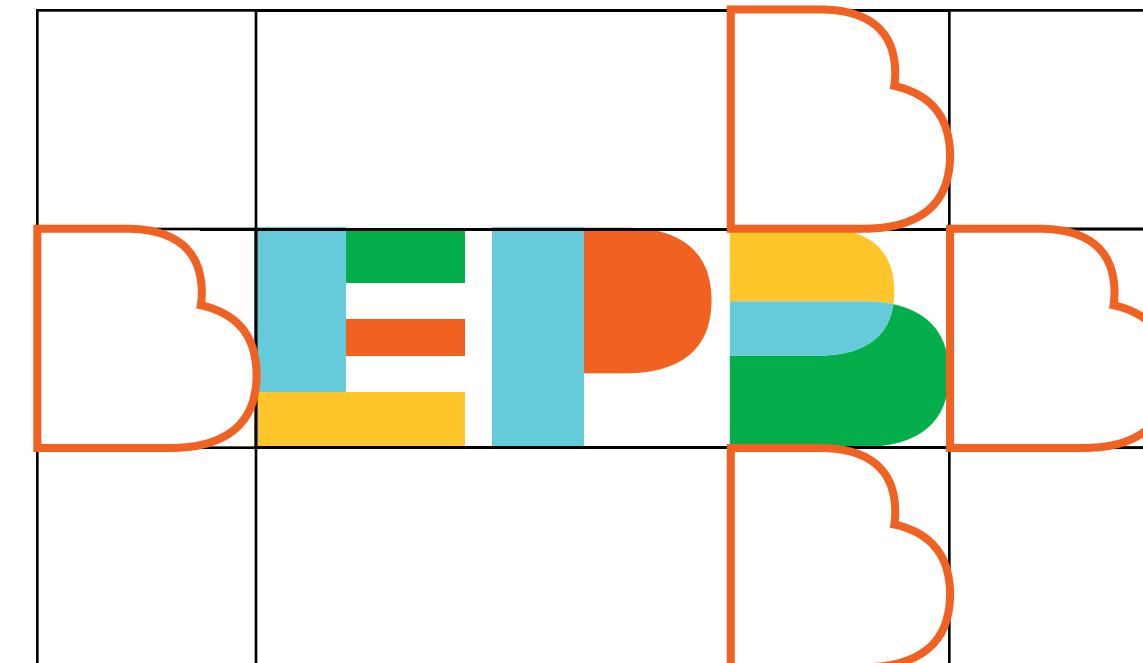
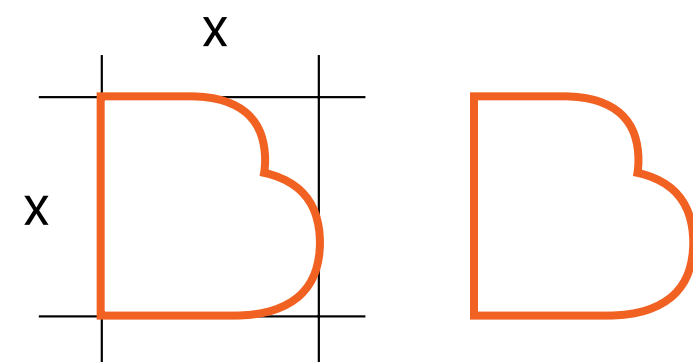
Não aplicar o logo sobre cores que não tenham contraste com as cores oficiais.

Logotipo

## Área DE PROTEÇÃO

A área de proteção serve para preservar e manter a boa legibilidade e respiro da marca EPB dentro de espaços delimitados. Este espaço representa a distância mínima entre o logotipo e qualquer outro elemento de desenho ou texto.

Quantidade mínima de espaço, medida por x, que o logotipo deve ter em todos os lados.



Logotipo

## PROPORCIONALIDADE

Nunca distorcer o logotipo, mantendo sempre a proporção **aproximada de 5,8**.

Exemplo:

Largura: 10 cm

Altura: 1,72 cm

$10/1,72 \approx 5,8$  ✓

Largura: 1,45 m

Altura: 0,25 m

$1,45/0,25 \approx 5,8$  ✓



$X/Y \approx 5,8$  ✓



$300/51 \approx 5,8$  ✓



$300/117 \approx 2,5$   
 $2,5 \neq 5,8$  ✗



$515/45 \approx 11,4$   
 $11,4 \neq 5,8$  ✗

Logotipo

## PROPORCIONALIDADE

Nunca distorcer o logotipo,  
mantendo sempre a proporção  
**aproximada de 3,16.**

Exemplo:

Largura: 10 cm

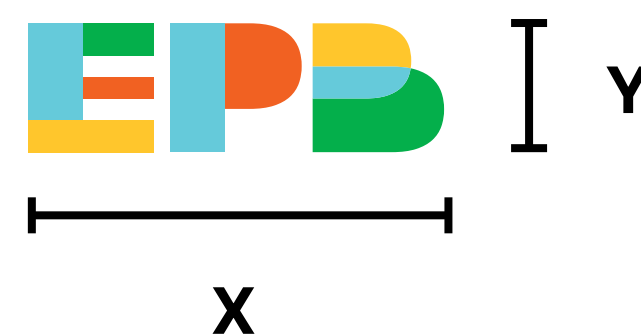
Altura: 3,16 cm

$10/3,16 \approx 3,16$  ✓

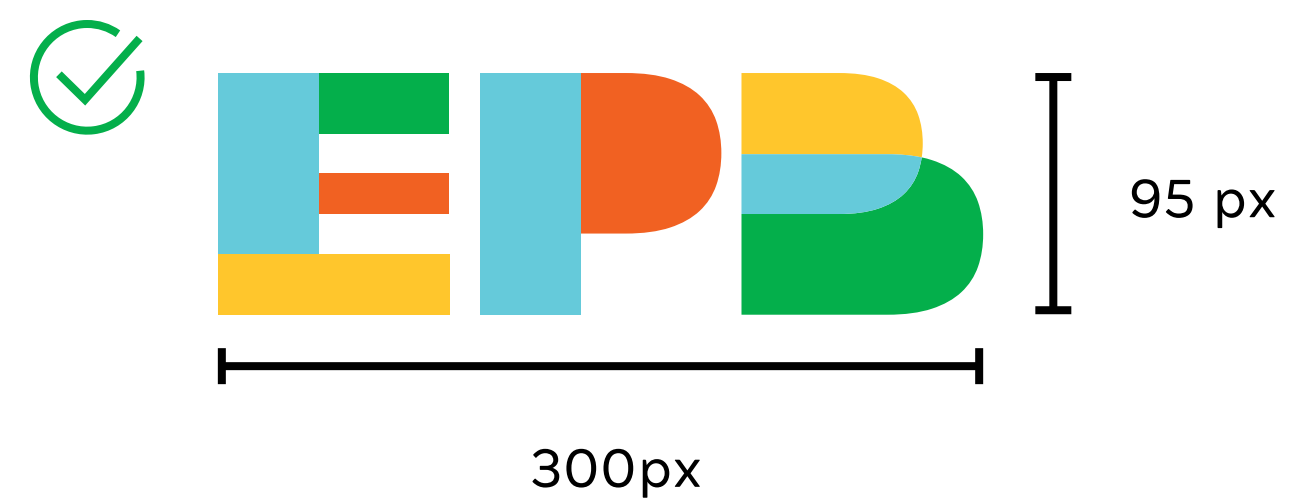
Largura: 1,5 m

Altura: 0,475 m

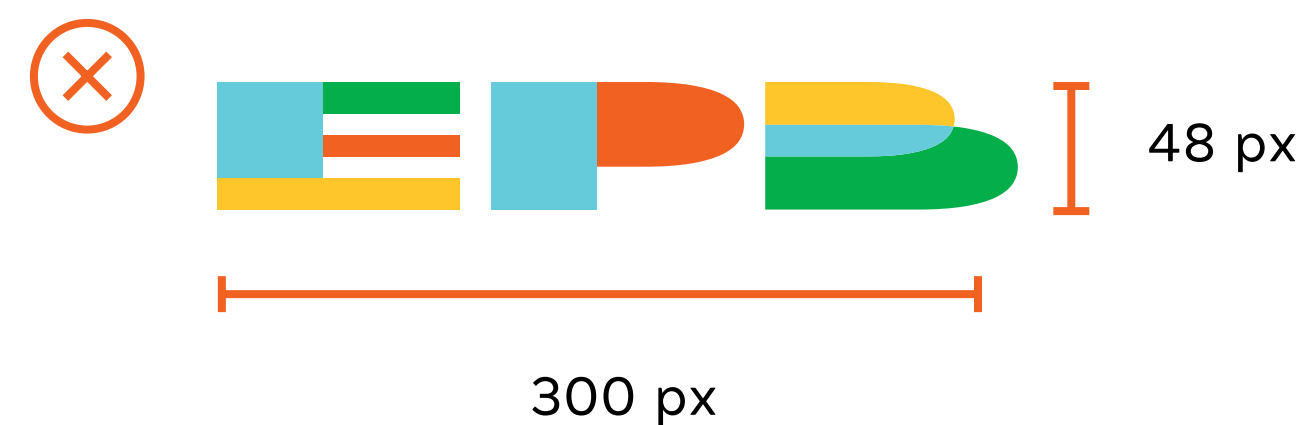
$1,45/0,25 \approx 3,16$  ✓



$$X/Y \approx 3,16 \quad \checkmark$$



$$300/95 \approx 3,16 \quad \checkmark$$



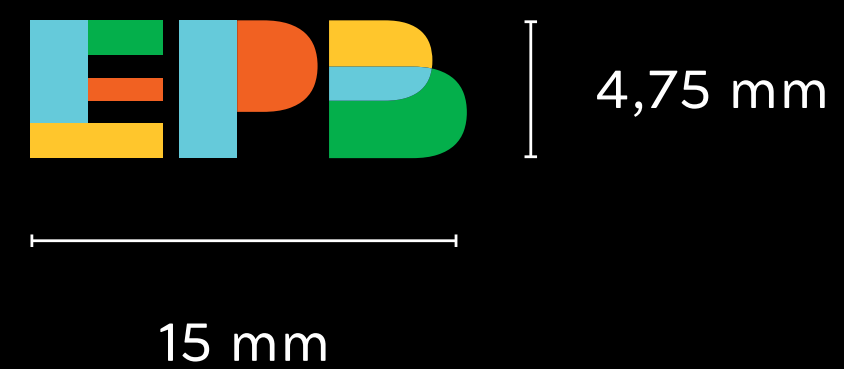
$$300/48 \approx 6,2$$

$$6,2 \neq 3,16 \quad \times$$

Logotipo

## Redução máxima

Para que o logotipo não perca legibilidade, estas são as reduções máximas tendo como base a medida da sua largura.



Logotipo

## Paleta cromática

CMYK

C 55 M 0 Y 14 K 0

RGB

R 95 G 208 B 223

HEX

#5fd0df

**Pantone 3105 C**

CMYK

C 0 M 77 Y 100 K 0

RGB

R 255 G 95 B 0

HEX

#ff5f00

**Pantone Bright Orange C**

CMYK

C 95 M 0 Y 100 K 0

RGB

R 0 G 174 B 66

HEX

#00ae42

**Pantone 354 C**

CMYK

C 0 M 23 Y 91 K 0

RGB

R 255 G 198 B 41

HEX

#ffc629

**Pantone 123 C**



Tipografia

## FONTE DESTAQUE

Em materiais de caráter institucional, para **títulos e textos curtos de destaque**, utilizamos a fonte Syncopate Bold.

**Aa**

**SYNCOPATE BOLD**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

 Google Fonts

**ESCOLA DE PAIS DO BRASIL,  
ORIENTANDO FAMÍLIAS PARA  
TRANSFORMAR O FUTURO.**

Fonte para títulos e destaques

Tipografia

## FONTE TEXTUAL

Em materiais de caráter institucional, para **textos de alta densidade**, utilizamos a fonte Inter.

Aa

Inter Light Regular Medium **Semibold**  
**Bold Extrabold Black**

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

 Google Fonts

Orientar, empoderar e inovar a relação de famílias para que ajam como peças transformadoras da sociedade, criando cidadãos mais conscientes, livres e humanos.

.....

Fonte para textos de alta densidade

Tipografia

## APlicação

**SYNCOPATE BOLD**

---

TÍTULO

**LOrem IPSum  
DOLOR SIT amet**

Inter Regular

---

Corpo de texto

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin iaculis quam a felis sollicitudin ultricies. Vestibulum quis odio neque. Vivamus vel nunc ante.

Tipografia

## APLICAÇÃO

 **correto**

**SYNCOPATE**  
**BOLD**

**ESCOLA DE PAIS DO BRASIL,  
ORIENTANDO FAMÍLIAS PARA  
TRANSFORMAR O FUTURO.**

Inter  
Regular

Orientar, empoderar e inovar a relação de famílias  
para que ajam como peças transformadoras da sociedade,  
criando cidadãos mais conscientes, livres e humanos.

 **incorreto**

Inter  
Bold

**Escola de Pais do Brasil,  
orientando famílias para  
transformar o futuro.**

Inter  
Regular

Orientar, empoderar e inovar a relação de famílias  
para que ajam como peças transformadoras da sociedade,  
criando cidadãos mais conscientes, livres e humanos.

 **incorreto**

Inter  
Bold

**Escola de Pais do Brasil,  
orientando famílias para  
transformar o futuro.**

**SYNCOPATE**  
**BOLD**

**orientar, empoderar e inovar a relação  
de famílias para que ajam como peças  
transformadoras da sociedade, criando  
cidadãos mais conscientes, livres e humanos.**

Universo visual

## FOTOGRAFIA

Nosso propósito é orientar e empoderar famílias para que criem cidadãos mais conscientes, livres e humanos. Por isso, utilizamos imagens com diversidade de pessoas, transmitindo sentimentos de alegria, bem-estar e coletividade.

A fotografia da Escola de Pais do Brasil é alegre, plural, acolhedora e reflete a nossa missão de contribuir com pais e mães nos maiores desafios da educação.







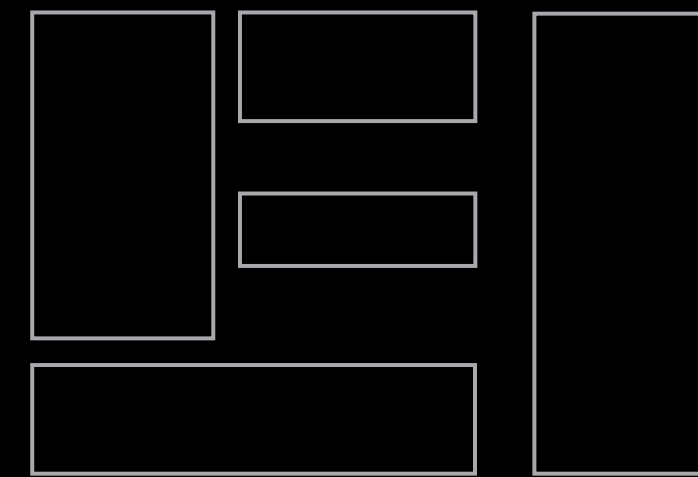
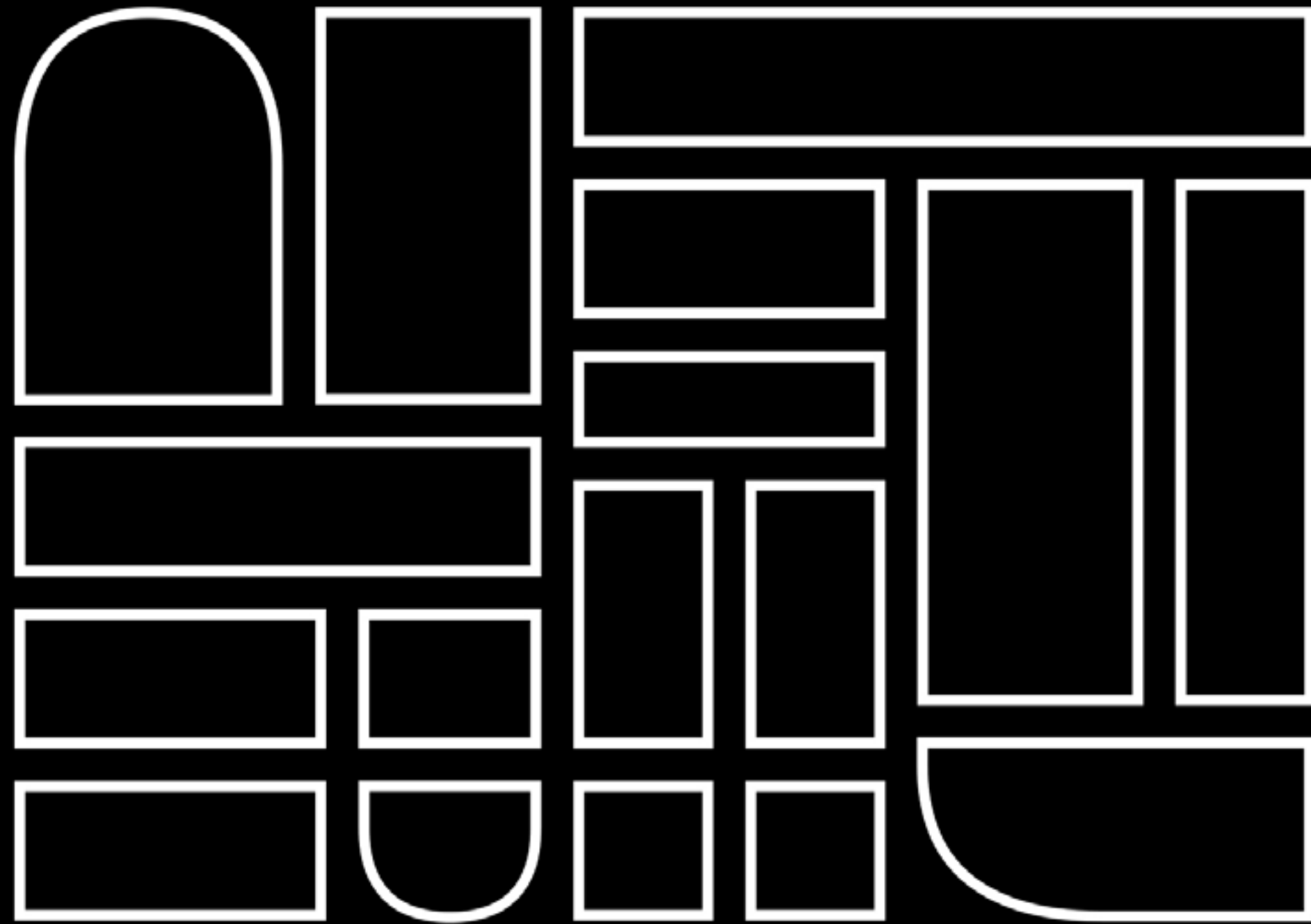




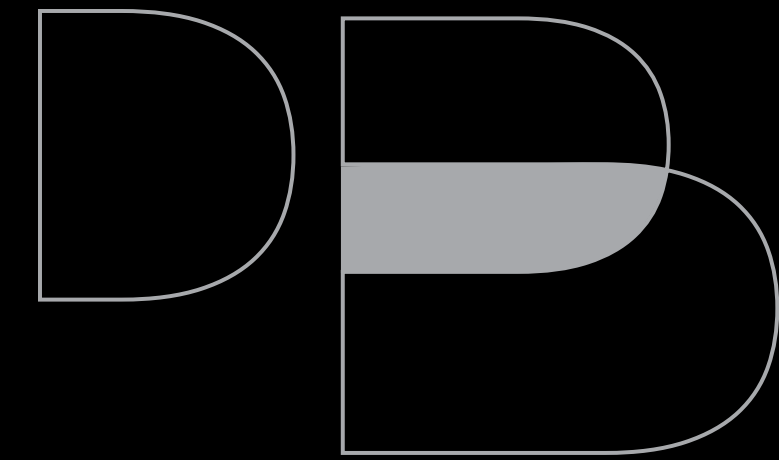


# UNIVERSO VISUAL

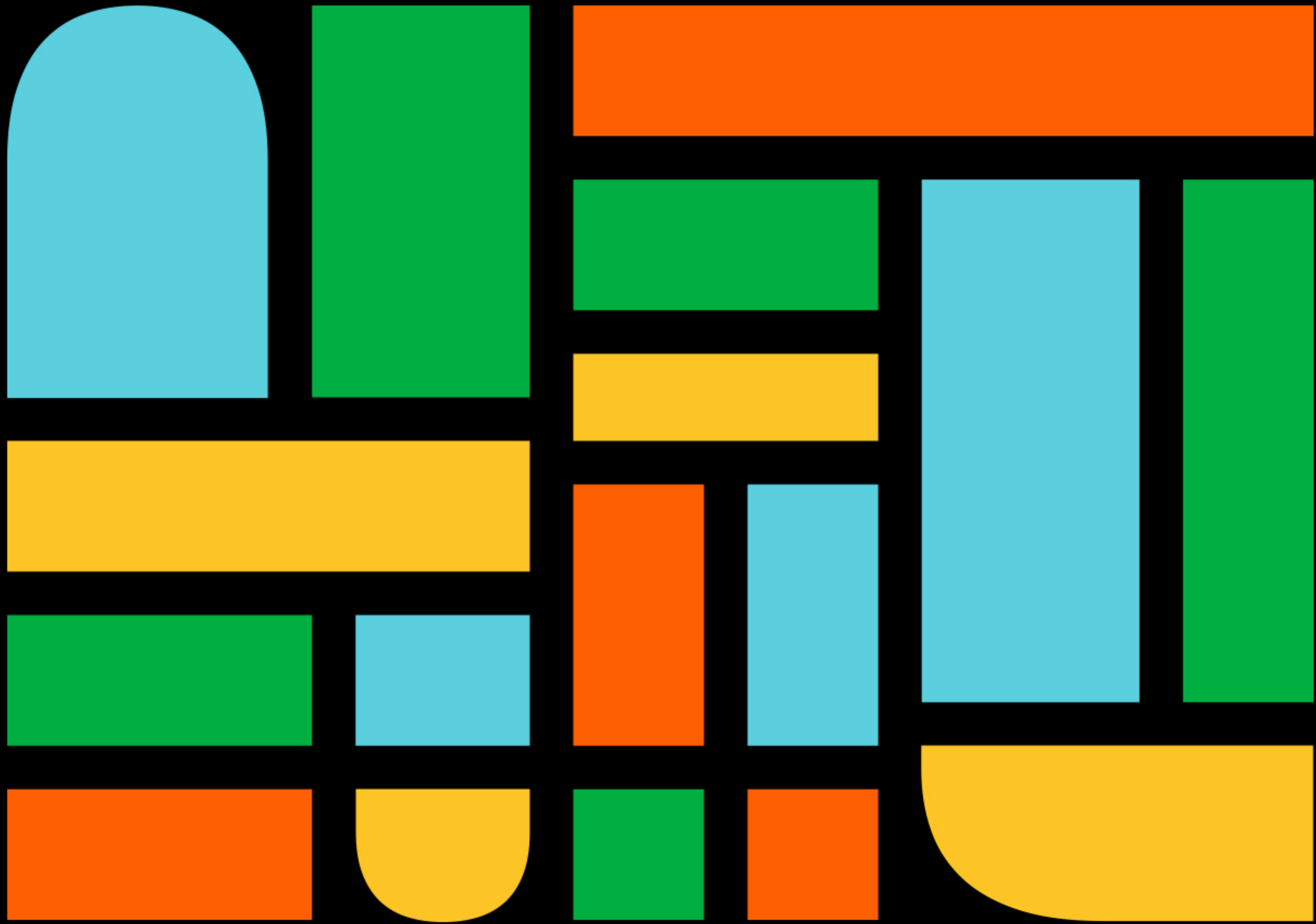
Key visual



Solidez  
Construção



Humanização  
Interseção



É COLHER  
OS FRUTOS  
DAQUILO QUE  
PLANTAMOS  
DE MELHOR:  
A FAMÍLIA.





**EDUCAR é como uma viagem  
que transforma VIDAS,  
as PESSOAS, o MUNDO  
e o AMANHÃ.**



**É sobre ver,  
entender  
e acolher o outro.**



**É caminhar JUNTOS,  
criar novos HORIZONTES.**

**E ir sempre JUNTOS  
para um LUGAR melhor.**

**EPB** ESCOLA  
DE PAIS  
DO BRASIL

maio

Agenda completa

< 22 23 24 25 26 27 28 >

24  
maio

20H-22H

saiba mais

Entendendo  
o cérebro infantil  
através de um  
lar harmonioso

Convidada:  
Hellen Varoto  
Pedagoga e Educadora Parental





JOSÉ ALBERTO WOBETO  
PALESTRANTE



**EPB** ESCOLA  
DE PAIS  
DO BRASIL

JOSÉ ALBERTO WOBETO  
PRESIDENTE



**EPB** ESCOLA  
DE PAIS  
DO BRASIL

VISITANTE



**EPB** ESCOLA  
DE PAIS  
DO BRASIL







orientando famílias para  
transformar o futuro.

**José ALBERTO WOBETO**  
PRESIDENTE

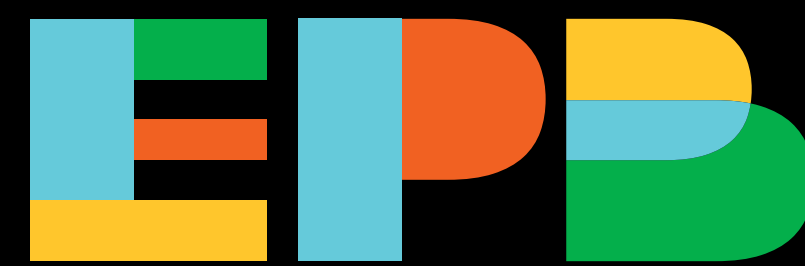
+ 55 XX XXXX XXXX  
contato@escoladepais.org.br

escoladepais.org.br

**orientando  
famílias para  
transformar  
o futuro.**

**EPB** ESCOLA  
DE PAIS  
DO BRASIL





[escoladepais.org.br](http://escoladepais.org.br)