Studio
Impulso

CADA PESSOA UM OBJETIVO

Manual de Marca

IDENTIDADE VISUAL E VERBAL · VERSÃO COMPLETA

19 DE JUNHO DE 2026 · POR EIAI LAB

ÍNDICE

Sumário

Construído a partir das peças de marca e de um estudo do Instagram @studioimpulso (335 posts). Base prática para padronizar a comunicação.

01 A marca — POSICIONAMENTO PREMIUM MULTIMODAL

02 Identidade verbal — BIO, DESCRITORES & ASSINATURAS

03 Logo — LOCKUP, RESPIRO & VERSÕES

04 O símbolo ▷▷ — SIGNIFICADO & USO

05 Cores — PALETA, PROPORÇÃO & CO-BRANDING

06 Tipografia — TRÊS FAMÍLIAS & PAREAMENTO

07 Estilo visual — NEON, SELOS & LINHA DE ECG

08 Templates de post — OS 4 MODELOS DO FEED

09 Fotografia — PRODUZIDO & DOCUMENTAL

10 Tom de voz — COMO A MARCA FALA · EXEMPLOS

11 Pilares de conteúdo — O QUE POSTAR E EM QUE PESO

12 Boas práticas — FAÇA & NÃO FAÇA

13 Próximos passos — O QUE FALTA EVOLUIR

01

A MARCA

Premium & multimodal

O Studio Impulso é um Centro de Treinamento Personalizado Premium em Belo Horizonte — onde saúde e performance caminham juntas, para todas as idades.

POSICIONAMENTO

Não é uma academia genérica de musculação. Trabalha **multimodalidade** — Musculação, Funcional, Pilates e Cardio — com **atendimento individual** e um DNA de **evolução integral**: corpo, mente e até finanças. Premium e personalizado, do iniciante maduro ao atleta.

PROMESSA

Cada corpo é diferente, cada meta é única. A marca não vende um padrão — entrega **um plano individual**. Daí a tagline-mãe, que existe inclusive fisicamente na parede do estúdio: **CADA PESSOA UM OBJETIVO**.

PERSONALIDADE DUAL

A identidade vive de uma tensão proposital entre dois polos que se equilibram. É o que torna o Studio Impulso **premium sem ser intimidador** — humano e inclusivo.

DELICADEZA

A serifada fina do wordmark: cuidado, longevidade, "cada pessoa um objetivo". O lado que fala de saúde e respeito ao tempo de cada pessoa.

ENERGIA

O cyan neon e os títulos pesados: força, performance, aceleração. O impulso que move adiante — o ▷▷ em ação.

02

IDENTIDADE VERBAL

Bio & descritores

BIO OFICIAL (INSTAGRAM)

⚠ Centro de Treinamento Personalizado Premium
🏋 Musculação · Funcional · Pilates · Cardio
⚡ Saúde e Performance integrados
📲 (31) 99579-7399

DESCRITORES DA MARCA

«Centro de Treinamento Personalizado Premium» é o descritor principal. Evite reduzir a marca a "academia".

- SAÚDE E PERFORMANCE
- MUSCULAÇÃO
- FUNCIONAL
- PILATES
- CARDIO

"Saúde e Performance" é o eixo — já vive no nome do perfil. As quatro modalidades sustentam a multimodalidade premium.

ASSINATURAS VERBAIS RECORRENTES

TAGLINE-MÃE

CADA PESSOA UM OBJETIVO

A promessa central. Existe até fisicamente, na parede do estúdio.

BASELINE DE CAMPANHA

EVOLUÇÃO COM ACOMPANHAMENTO CONTÍNUO

Fecha as peças promocionais, no rodapé, em caixa-alta.

SUB-ASSINATURA DE MOVIMENTO

EVOL SEMPRE

"Evolução sempre" — marca d'água dos reels. Secundária: nunca compete com o lockup.

03

LOGO

Anatomia do lockup



A marca é um **lockup** (conjunto travado): wordmark "Studio Impulso" + símbolo ▷▷ + tagline. Não separe nem reorganize os elementos do conjunto.

1 · WORDMARK

"Studio Impulso" em serifada elegante e fina — cuidado e sofisticação. Foge do clichê "academia pesada".

2 · SÍMBOLO ▷▷

Duas setas em outline apontando à direita: fast-forward / duplo play = impulso, progresso, aceleração.

3 · TAGLINE

"CADA PESSOA UM OBJETIVO" em sans caixa-alta, itálica, com tracking aberto. Ancora a promessa.

LOGO

Respiro & regras

ÁREA DE RESPIRO

Preserve ao redor do lockup uma margem livre mínima igual à **altura do símbolo** ▷▷ de todos os lados. Nenhum texto, imagem ou borda invade essa zona.



REGRAS DE USO

+ Não distorça, não rotacione, não troque as cores do lockup.
+ Nunca wordmark branco sobre fundo claro (ilegível).
+ Faltou espaço? Use só o símbolo ▷▷ isolado.
+ Em tamanhos pequenos, descarte a tagline antes de comprimi-la.

AÇÃO PRIORITÁRIA

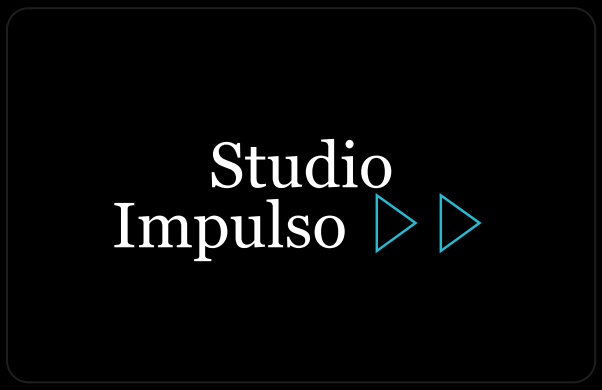
Gerar os **vetoriais oficiais** (SVG / AI) — hoje a logo só existe em imagem.

HIERARQUIA DE MARCAS

A marca-mãe é **Studio Impulso** (serifada). A sub-assinatura **EVOL SEMPRE**, usada nos reels, é secundária — nunca deve competir com ou substituir o lockup principal.

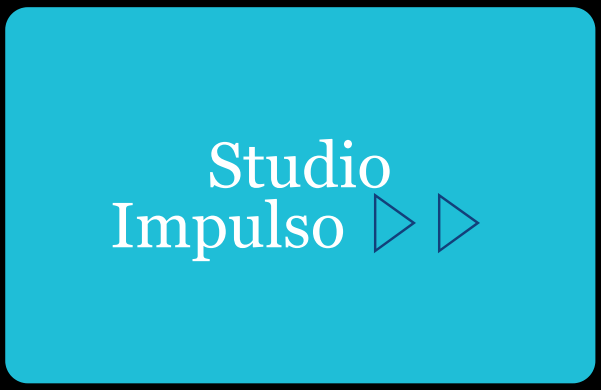
LOGO

Versões & fundos



RECOMENDADA

Versão principal — wordmark branco + símbolo cyan sobre **fundo preto**. Máxima legibilidade.



APROVADA

Sobre **fundo cyan** — wordmark branco + símbolo azul-marinho. Aplicação sobre a cor primária.

LACUNA CONHECIDA

FALTA A VERSÃO PARA FUNDO CLARO

A logo atual tem o wordmark **branco**. Sobre fundo claro (off-white, papel timbrado, fotos claras) ela fica **ilegível**. É necessário produzir uma variação com **wordmark escuro** (preto ou navy) para esses contextos.



Recomendação: tratar essa variação como prioridade 1 nos próximos passos (seção 13), junto da entrega dos vetores oficiais.

04

O SÍMBOLO

Impulso



SIGNIFICADO

Duas setas/triângulos apontando à direita — o ícone universal de **fast-forward** (duplo play). Traduz a ideia central da marca: **impulso, progresso e aceleração**.

No lockup principal é desenhado em **outline** (linha cyan, cantos arredondados) — o vazado reforça leveza e modernidade. É forte o bastante para virar **ícone de app / avatar** sozinho.

CONSTRUÇÃO & USOS



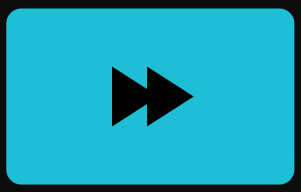
OUTLINE · PADRÃO

Traço cyan vazado. Uso no lockup, ícones de interface e elementos gráficos de apoio.



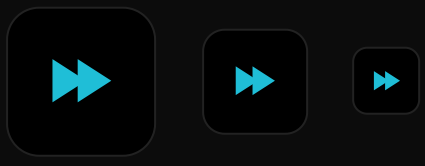
SÓLIDO · ÍCONE DE APP

Preenchido cyan sobre preto. Reservado para favicon, ícone de app e avatares de perfil.



NEGATIVO

Símbolo preto sobre placa cyan. Para selos, adesivos e marcações de destaque.



APP / FAVICON

Em tamanhos reduzidos, o símbolo sólido sustenta a marca sozinho, com excelente reconhecimento.

05

CORES

Paleta

CYAN IMPULSO
HEX #1FBED7
RGB 31 · 190 · 215
Cor-assinatura. Neon, destaque, grifo. O coração da marca.

PRETO BASE
HEX #000000
RGB 0 · 0 · 0
Base. Fundo dominante de quase tudo.

AZUL-MARINHO
#13407A
Símbolo sobre cyan; apoio.

TEAL PROFUNDO
#0F8B8C
Cyan sóbrio em peças calmas.

BRANCO
#FFFFFF
Texto sobre escuro.

OFF-WHITE
#F0F0F0
Fundos claros.

ESCALA DE CINZAS · CARDS, DIVISÓRIAS & PROFUNDIDADE

#202020 | #404040 | #606060 | #808080

PROPORÇÃO 80 / 15 / 5

PRETO 80% | NEUTROS 15% | 5%

Preto domina (~80%) e cria o palco premium. Neutros sustentam (~15%). O **cyan é tempero (~5%)** — pontual, nunca em grandes áreas de fundo. Ganha força justamente por ser raro.

DOIS USOS DO CYAN

1 · Neon / outline — linhas, ícones, molduras, artes desenhadas em traço luminoso.

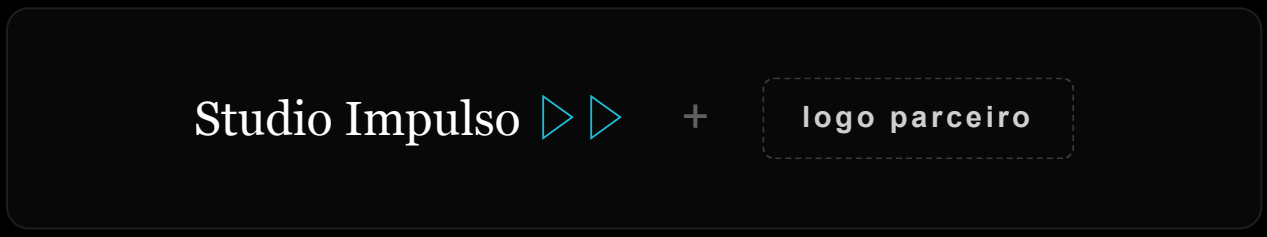
2 · Grifo semântico — palavra-chave em cyan dentro de um título branco. Recurso de ênfase, não só decoração.

TREINA JUNTO
50% OFF

CORES

Co-branding & parcerias

Em peças com parceiros, a cor e a logo do parceiro entram como convidadas — em área contida, sem competir com o cyan.



MODELO DE LOCKUP CO-BRANDED (EX.: PARCERIA GUERRA FINANCEIRO)

FAÇA

Parceiro em área contida e proporcional · cyan continua sendo o único acento dominante · preto como base comum · respeite a área de respiro de ambas as marcas.

EVITE

Cor do parceiro brigando com o cyan · logos do mesmo tamanho disputando hierarquia · fundos coloridos que quebram o palco preto premium.

Próximo passo: formalizar a regra de co-branding — proporções exatas, cores admitidas de parceiros e distância mínima entre as marcas (ver seção 13).

06

TIPOGRAFIA

Três famílias

Três papéis, em contraste deliberado. A serifada carrega "saúde / longevidade / cuidado"; a grotesca pesada carrega "força / performance".

CORMORANT · WORDMARK & DISPLAY SERIF

Saúde & longevidade

Serifada elegante e afilada para o wordmark, títulos e números grandes. Carrega o lado **delicadeza** da marca. Pesos 300–600.

MONTSERRAT · CORPO, UI & TAGLINE SANS

Corpo de texto claro e direto.

CADA PESSOA UM OBJETIVO

Sans leve para corpo, legendas e a tagline em **caixa-alta com tracking aberto**. Alternativa: Jost. Pesos 300–800.

ANTON · TÍTULOS DE CAMPANHA

TREINE COM IMPULSO

Grotesca pesada/condensada para manchetes de campanha e alto impacto. Alternativa: Archivo Black. Usar com parcimônia.

HIERARQUIA & ESCALA

H1 · CORMORANT 46PT	Título
H2 · MONTSERRAT 11PT	SUBTÍTULO
CAMPANHA · ANTON	MANCHETE
BODY · MONTSERRAT 9.6PT	Corpo de texto corrido
CAPTION · MONT 7.5PT	LEGENDA

PAREAMENTO NA PRÁTICA

SAÚDE & PERFORMANCE

Cada pessoa
um objetivo

Serif para o conceito, sans para a leitura. O contraste entre as famílias é a tradução tipográfica da personalidade dual.

07

ESTILO VISUAL & ELEMENTOS

Linguagem gráfica

NEON OUTLINE

Corações, bola/campo, calendário, batimento — sempre em traço fino luminoso cyan sobre preto.



SELOS EM PÍLULA

Borda cyan, cantos arredondados — container padrão para subtítulos, condições e CTAs.

CONSULTORIA ONLINE

AGENDE SUA AULA

NÚMERO GIGANTE

Desconto em grande escala com textura granulada — destaque das campanhas promocionais.

50%

LINHA DE ECG / BATIMENTO

Elemento de assinatura: liga a marca a **saúde e longevidade**. Usada como divisória, base de página ou textura sutil. Sempre cyan, traço fino, cantos arredondados.

BARRA DE TRANSIÇÃO

Nos reels, uma **barra cyan** corta entre cenas — assinatura de edição de vídeo da marca, junto com a marca d'água EVOL SEMPRE.



FUNDO PRETO DOMINANTE · CAIXA-ALTA TRACKING ABERTO · SELO PÍLULA CYAN · ARTE NEON OUTLINE · LINHA DE ECG · NÚMERO GIGANTE GRANULADO

08

TEMPLATES DE POST

Os 4 modelos do feed

Quatro estruturas se repetem no Instagram. Padronizá-las garante consistência premium e acelera a produção.



A CAMPANHA PROMOCIONAL "HERO"

PEÇA MAIS ELABORADA

Lockup no topo → fundo preto + arte neon temática → título em sans pesada caixa-alta com palavra-chave grifada em cyan → número gigante de desconto → selos em pílula com condições → ícones outline → baseline "EVOLUÇÃO COM ACOMPANHAMENTO CONTÍNUO" no rodapé.



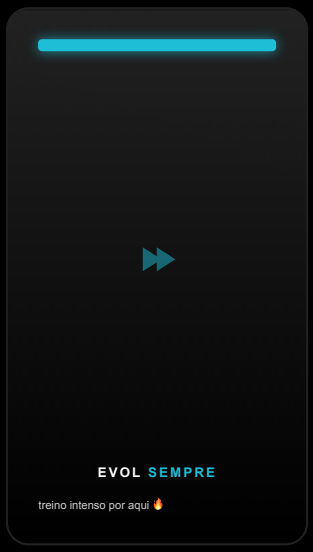
B ANÚNCIO DE SERVIÇO INSTITUCIONAL

LAYOUT LIMPO

Foto do espaço real (escurecida) → título grande em sans pesada, parte da frase em cyan/teal → faixa / pílula cyan com o subtítulo → lockup (+ logo de parceiro quando co-branded) → CTA com WhatsApp.

TEMPLATES DE POST

Reel & repost



C REEL DE TREINO

ESPINHA DORSAL DO FEED · 9:16

Vídeo cru no estúdio → barra de transição cyan entre cenas → marca d'água **EVOL SEMPRE** e/ou @studioimpulso → legenda curta queimada, casual.

Próximo passo: criar um template de capa de reel — hoje os reels são crus / inconsistentes.



D REPOST / ASPIRACIONAL

INFORMAL · TOM DE STORY

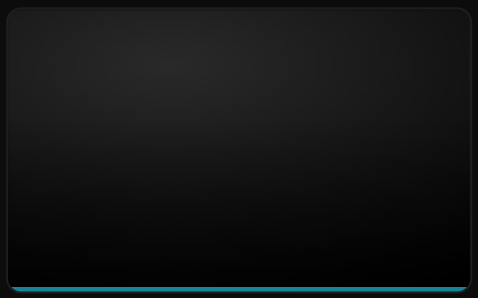
Foto aspiracional (atleta de elite, novidade de equipamento) → @studioimpulso em cyan sobreposto na diagonal → copy curta e empolgada.

09

FOTOGRAFIA

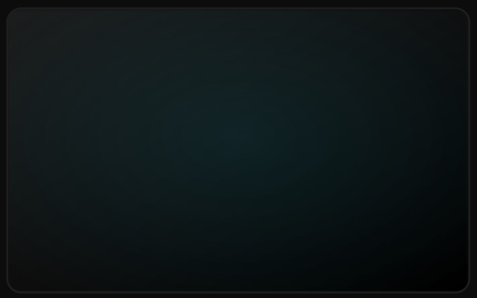
Dois registros

Pessoas reais e diversas em idade sustentam o posicionamento inclusivo / longevidade. É um ativo da marca.



INSTITUCIONAL / PRODUZIDO

O espaço **envidraçado** com iluminação dramática, escurecido para o texto ganhar contraste. Mostra o estúdio e os equipamentos. Premium e despojado.



DOCUMENTAL / CRU

Pessoas **reais** treinando (não modelos), público diverso em idade — homens maduros treinando pesado, mulheres na musculação e no pilates. Calor humano, sorrisos, parcerias.

FAÇA

Pessoas reais e diversas em idade · momentos verdadeiros de esforço e cuidado · luz dramática direcional · ambiente do próprio estúdio · um respingo de cyan vindo de uma fonte real (LED, neon) é bem-vindo.

EVITE

Modelos de banco de imagem · poses forçadas · filtros saturados · fundo branco estourado · estética agressiva / intimidadora · reduzir o público ao "marombeiro".

10

TOM DE VOZ

Como a marca fala

"Próximo, oral e energético — com uma camada de mentalidade."

INFORMAL & ABREVIADO

"q", "p", "vc", "pra". Ex.: *"Se liga na novidade q trouxemos p vc"*.

MOTIVACIONAL / FORTE

"firme e forte", "treinos intensos por aqui", "o melhor está por vir". Emojis como pontuação emocional: 🔥 ⚡ 🙏 ‼.

EDUCATIVO / MINDSET

Autorresponsabilidade e evolução integral: *"saúde plena: física, mental e financeira"*. Treino + transformação de vida.

BORDÕES

"EVOL SEMPRE" · "EVOLUÇÃO COM ACOMPANHAMENTO CONTÍNUO" · "CADA PESSOA UM OBJETIVO".

A MARCA DIZ / A MARCA EVITA

A MARCA DIZ

Evolução · acompanhamento · performance · saúde · objetivo · personalizado. Fala com a pessoa, mistura treino e mentalidade.

A MARCA EVITA

Tom genérico de academia de massa · promessa milagrosa ("fique sarado em 30 dias") · frieza corporativa · culpa ou comparação.

Em resumo: **saúde + performance + evolução integral**. A voz do Studio Impulso é próxima e energética, firme no método e gentil no trato.

11

PILARES DE CONTEÚDO

O que postar

Mix observado no feed. Use como guia de proporção ao planejar a grade — o treino é a espinha dorsal; mentalidade, promoção e prova social orbitam ao redor.

Treino / bastidores ~50%



Reels crus no estúdio: musculação, funcional, pilates, cardio, preparação esportiva.

Mentalidade / evolução integral ~15%



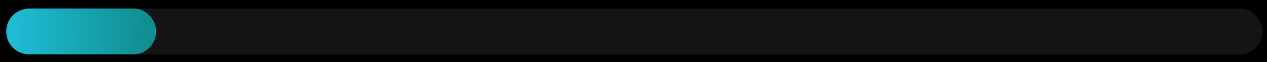
Autorresponsabilidade, corpo + mente + finanças, eventos e palestras.

Promoção / serviço novo ~15%



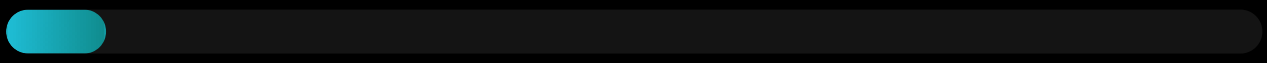
Campanhas (ex.: 50% casal), consultoria online, novos equipamentos.

Equipe / parcerias / prova social ~12%



Fotos com a equipe e parceiros.

Aspiracional / repost ~8%



Referências de atletas, frases motivacionais.

12

BOAS PRÁTICAS

Faça & não faça

FAÇA

+ Preto como base, cyan como destaque pontual (neon e grifo de palavra-chave).
+ Tagline e baselines em caixa-alta com tracking aberto.
+ Serifada (cuidado) + grotesca pesada (força) — a assinatura da marca.
+ Pessoas reais e diversas nas fotos (posicionamento inclusivo).
+ Símbolo ▷▷ isolado como ícone/avatar quando faltar espaço.
+ Selos em pílula de borda cyan para condições e CTAs.

NÃO FAÇA

× Cyan em grandes áreas de fundo (perde o destaque).
× Wordmark branco sobre fundo claro (ilegível).
× Outras cores fortes que briguem com o cyan (exceto co-branding contido).
× Trocar as fontes por genéricas (Arial / Inter) — descaracteriza.
× Peças "às pressas" (selo amarelo sobre foto desbotada) que quebram o padrão premium.
× Deixar a sub-assinatura EVOL SEMPRE competir com o lockup.

EXEMPLOS DE USO INCORRETO DA LOGO







13

PRÓXIMOS PASSOS

Para um manual completo

Este documento é uma base prática. Os pontos abaixo levam a marca ao padrão definitivo.

- [ ] **Logo para fundo claro.** Variação com wordmark escuro (preto/navy), resolvendo a lacuna de legibilidade — prioridade 1.
- [ ] **Vetoriais oficiais.** Arquivos-fonte SVG / AI de todas as versões e do símbolo isolado — hoje só existe em imagem.
- [ ] **Confirmar as fontes oficiais.** Validar/licenciar as famílias definitivas (as recomendadas são as mais próximas).
- [ ] **Padronizar peças rápidas.** Stories e selos no padrão premium cyan/preto, eliminando improvisos.
- [ ] **Template de capa de reel.** Hoje os reels são crus / inconsistentes — criar um modelo de capa.
- [ ] **Regra de co-branding formalizada.** Cores admitidas e proporção exata dos parceiros.
- [ ] **Normalizar contato.** "(31)" em vez de "(031)" em todas as peças.

EiAi Lab pode evoluir qualquer um desses pontos. O próximo passo é uma conversa.



Cada pessoa um objetivo

EVOL SEMPRE



MANUAL DE MARCA · VERSÃO COMPLETA

PRODUZIDO POR EIAI LAB

EIAI LAB · BRANDING & TECNOLOGIA