

# Forja *Digital*

Sistema visual e verbal completo para a marca da imersão de vibe coding executiva.

## ♦ 01 · ESSÊNCIA DA MARCA

# A *alma* da Forja.

Antes da paleta, antes do logo, antes de qualquer aplicação visual: a Forja existe como conceito filosófico antes de existir como marca.

## PROPÓSITO

Transformar pessoas comuns em construtores digitais em 48 horas. Não formamos programadores, formamos quem entende que ideia sem produto não vale nada na economia da abundância.

## POSICIONAMENTO

A única imersão presencial executiva de vibe coding no Brasil que combina arquitetura, prática intensiva e visão de negócio em um único fim de semana.

## PROMESSA

Você chega na sexta com uma ideia e sai no domingo com um produto digital funcionando, hospedado, com gente podendo usar.

*Não viemos formar* **programadores.**  
*Vemos formar* **construtores.**

## PILARES DA MARCA

### 01

#### Tangível

Saída sempre com produto funcional, nunca com promessa. O método se prova no fazer.

### 02

#### Arquitetural

Pensamento estrutural antes de execução. Mapa antes de prompt. Fundação antes de fachada.

### 03

#### Forjado em fogo

Pressão construtiva, calor produtivo. Não é facilitismo, é transformação que exige presença total.

◆ 02 · SISTEMA DE CORES

# A paleta.

Conectada visualmente ao universo Lovable, com personalidade própria através de profundidade noturna e acentos elétricos.

## CORES PRINCIPAIS

|                                                                               |                                                                                   |                                                                               |                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| <div>PINK</div> <div><b>Forja Pink</b><br/>#FF3CAC<br/>RGB 255, 60, 172</div> | <div>PURPLE</div> <div><b>Forja Purple</b><br/>#784BA0<br/>RGB 120, 75, 160</div> | <div>BLUE</div> <div><b>Forja Blue</b><br/>#2B86C5<br/>RGB 43, 134, 197</div> | <div>ACCENT</div> <div><b>Accent Mint</b><br/>#00F5D4<br/>RGB 0, 245, 212</div> |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|

## NEUTRAS E FUNDAMENTAIS

|                                                                             |                                                                              |                                                                              |                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| <div>DEEP</div> <div><b>Deep Night</b><br/>#0A0A1F<br/>RGB 10, 10, 31</div> | <div>NIGHT</div> <div><b>Night Blue</b><br/>#14142B<br/>RGB 20, 20, 43</div> | <div>MID</div> <div><b>Mid Mauve</b><br/>#6B6B8E<br/>RGB 107, 107, 142</div> | <div>LIGHT</div> <div><b>Soft Light</b><br/>#F7F7FB<br/>RGB 247, 247, 251</div> |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|

## HIERARQUIA DE USO

**Pink** é a cor de chamada (CTAs, destaques, eyebrows). **Purple** é estrutural (subtítulos, ênfases). **Blue** é de apoio (categorias secundárias). **Accent Mint** é cirúrgico, usado apenas em contraste sobre fundo escuro para criar pontos de luz. **Deep e Night** ancoram peças premium e capas. **Mid e Light** são neutras de respiro.

## ◆ 03 · SISTEMA DE GRADIENTES

# A *luz* da forja.

Gradientes são a alma visual da marca, simbolizando o calor da forja, a transformação e a fluidez entre estados (do bruto ao refinado).

## GRADIENTE PRINCIPAL · FORJA EM CHAMAS

*Forja em chamas*

`linear-gradient(135deg, #FF3CAC 0%, #784BA0 50%, #2B86C5 100%)`

## GRADIENTE SECUNDÁRIO · NOITE FORJADORA

*Noite forjadora*

`linear-gradient(135deg, #0A0A1F 0%, #14142B 100%)`

## GRADIENTE SUTIL · BRISA MADRUGADA

*Brisa madrugada*

`linear-gradient(135deg, #FFE5F4 0%, #EDE5FF 50%, #E5F2FF 100%)`

## APLICAÇÃO DOS GRADIENTES

**Forja em chamas** é exclusivo para palavras-chave (logotipo, palavras com ênfase itálica nos títulos, números marcantes). Nunca aplicado a blocos grandes para preservar impacto. **Noite forjadora** é o background padrão de capas, blocos de manifesto e CTAs premium. **Brisa madrugada** é fundo de seções programáticas e cards informativos, criando respiro suave.

## ◆ 04 · SISTEMA TIPOGRÁFICO

# As *vozes* da Forja.

Três tipografias trabalhando em coro. Cada uma com função específica e personalidade própria, sem competir entre si.

## INSTRUMENT SERIF

Títulos · personalidade editorial

## Forja *Digital*

Pesos: Regular (400) · Italic 400 · Letter-spacing: -1.5px a -3px · Line-height: 0.85 a 1

## SPACE GROTESK

Corpo · técnica e moderna

## A nova economia da abundância de software.

Texto corrido para parágrafos, descrições, listas e elementos de conteúdo geral. Apresenta alta legibilidade em diferentes tamanhos e mantém personalidade contemporânea sem prejudicar a leitura.

Pesos: Light 300 · Regular 400 · Medium 500 · SemiBold 600 · Bold 700

## JETBRAINS MONO

Eyebrows e dados · referência ao universo dev

## ◆ IMERSÃO DE FIM DE SEMANA · 2026

→ Labels, breadcrumbs, paginação, dados numéricos, códigos de produto.

Pesos: Regular 400 · Medium 500 · Letter-spacing: 1.5px a 2px · Sempre em UPPERCASE quando label

## HIERARQUIA TIPOGRÁFICA

H1 (capa): Instrument Serif Italic 88-100pt. H2 (seção): Instrument Serif 36pt. H3 (subseção): Space Grotesk Bold 14-16pt. H4 (label): JetBrains Mono Medium 9pt UPPERCASE. Body: Space Grotesk Regular 10-11pt.

## ◆ 05 · LOGOTIPO

# A *marca* aplicada.

O logotipo é construído tipograficamente: "Forja" em peso regular, "Digital" em italic com gradiente. Sem ícones acoplados, a tipografia é o ícone.

## VERSÃO PRINCIPAL · FUNDO CLARO

Forja *Digital*

◆ BY RICARDO ANKLAN

## VERSÃO NOTURNA · FUNDO ESCURO

Forja *Digital*

◆ BY RICARDO ANKLAN

## VERSÃO MONOCROMÁTICA · USO RESTRITO

Forja *Digital*

Black on Light

Forja *Digital*

Pink monocromático

## SÍMBOLO GRÁFICO · DIAMANTE

O símbolo "◆" é o ícone secundário da marca, usado como bullet visual em eyebrows, listas e elementos de marcação. Representa o cristal forjado: algo bruto que, sob pressão e calor, vira valor concentrado. Sempre aplicado em Forja Pink ou Accent Mint.

## ♦ 06 · TOM DE VOZ

# Como a Forja *fala*.

Direto, denso, propositivo. A Forja não fala como curso de marketing digital. Fala como executivo que constrói, com a clareza de quem já fez.

## ATRIBUTOS DA VOZ

**Direto sem ser rude.** Vai ao ponto, mas com elegância. **Denso sem ser hermético.** Carrega autoridade técnica em linguagem que executivos entendem. **Propositivo sem ser arrogante.** Apresenta caminhos sem dar lições de moral.

## COMO ESCREVER PARA A FORJA

### ✓ FAÇA ASSIM

- ✓ Frases curtas que martelam
- ✓ Pares antitéticos: "Não X, sim Y"
- ✓ Verbos no imperativo direto
- ✓ Números concretos quando possível
- ✓ Itálico em palavras-chave
- ✓ Provas tangíveis (URL, MVP, dado)

### ✗ EVITE

- ✗ Adjetivos vazios ("incrível", "fantástico")
- ✗ Promessas mágicas sem prova
- ✗ Gírias forçadas de startup
- ✗ Construções genéricas de coach
- ✗ Excesso de pontos de exclamação
- ✗ Emojis em peças formais

## FRASES-ÂNCORA DA MARCA

*Quem constrói **hoje**  
vence **amanhã**.*

*"Não ensino o que li, ensino o que construí." · "Saída com produto, não com promessa." · "Arquitetura antes de prompt." · "Do zero ao MVP em 48 horas."*

## PALAVRAS DO VOCABULÁRIO FORJA

**Sim:** forjar, construir, arquitetar, plenária, hands-on, deploy, MVP, mapa do produto, sprint, demo day, plenário, transformação, fundação. **Não:** jornada, mindset, transformacional, inovação disruptiva, ecossistema (em excesso), gamechanger.

## ◆ 07 · APLICAÇÕES PRÁTICAS

# A marca *em ação*.

Como o sistema visual se traduz em peças cotidianas: posts, e-mails, slides, certificados e materiais físicos do evento.

## POST DE LINKEDIN

## ◆ VIBE CODING EXECUTIVO

80% dos projetos em Lovable falham por falta de **arquitetura**, não por falta de prompt.

Ninguém te conta isso porque ninguém ainda construiu o suficiente para saber.

Eu construí. E vou ensinar.

→ forjadigital.app · 25 e 26 de julho · Floripa

## ASSINATURA DE E-MAIL

Ricardo *Anklan*

Facilitador · **Forja Digital**

contato@forjadigital.app · forjadigital.app

## PRINCÍPIOS VISUAIS TRANSVERSAIS

01

### Generosidade de espaço

Brancos respiram, gradientes não competem. Menos elementos, mais impacto.

02

### Italic é assinatura

Sempre que houver palavra-chave em destaque, italic + gradiente. É a digital da marca.

03

### Diamante como assinatura

O símbolo "◆" abre eyebrows e marca trilhas. Sempre em pink ou accent.