THE VOID TATTOO ACADEMY · SÃO PAULO · BRAZIL

MANUAL DE MARCA · VERSÃO 1

THE VOID®
TATTOO ACADEMY

A arte **QUE PREENCHE**
A carreira **QUE LIBERTA**

SISTEMA
Sala Escura, versão 1

CONTEÚDO
36 seções em 9 partes

EDIÇÃO
Outubro de 2026

SITUAÇÃO
Aguarda aprovação da The VOID

FOTO: ACERVO THE VOID · AULA PRÁTICA, MESA COLETIVA

01

COMO USAR

COMO USAR ESTE *manual*

Este manual é a fonte única da marca: tudo o que vai para uma peça, uma página ou uma mensagem da The VOID sai daqui ou dos arquivos que ele aponta, nunca da memória de quem produz.

EM UM MINUTO

- É o sistema Sala Escura inteiro: marca, cor, tipografia, recursos, imagem, voz, conformidade e modelos de canal, em 36 seções e 9 partes.
- O que está decidido vale como regra. O que depende da The VOID aparece com o número da pendência, como [P 5], e tem um caminho provisório escrito ao lado.
- Quando duas regras brigam, vence a lei de número menor (seção 06).
- Nenhum valor sai da memória: cor, tamanho e texto fixo são copiados do manual, de `tokens.css` ou dos arquivos em `assets/`.

01.1

Para quem é este manual

Seis frentes produzem para a marca todos os dias. Cada uma tem um caminho curto de leitura antes de começar; o resto do manual é consulta.

Social media e conteúdo

Posts, Reels, carrosséis, stories e legendas. Antes de abrir o editor, saiba para qual persona e qual crença a peça fala.

06 As oito leis · 31 Voz · 35 Redes

Design e direção de arte

Peças, páginas, capas e materiais impressos. O logotipo é sempre arquivo; a cor e a letra saem dos tokens.

08 Logotipo · 13 Paleta · 18 Archivo · 21 Recursos

Foto e vídeo

Ritos, bastidor, depoimentos, VSL e Reels. Imagem real e autorizada, com uma luz e as mãos como personagem.

29 Fotografia · 30 Vídeo e som · 25 Duotom

Comercial, atendimento e WhatsApp

Conversa, visita, proposta e boas-vindas. Uma ideia por mensagem e um pedido por etapa.

04 Personas · 32 M1 a M8 · 33 Conformidade

Professores e coordenação

Aulas, ritos, feedback, certificado e área de membros. O progresso avança só com marco validado por vocês.

03 Manifesto · 29 Ritos · 36 Membros

Desenvolvimento e agentes de IA

Site, LP, e-mail, dados estruturados e agentes. Valores vêm de `tokens.json`; a skill `branding-the-void` repete este manual sem regra nova.

07 Checklist · 14 Contraste · 36 Entidade

01.2

Como ler uma seção

As 36 seções têm a mesma anatomia. Quem conhece a ordem acha qualquer regra em segundos.

01
Folio e número
O número grande e o folio no topo dizem onde você está. O sumário e a busca (tecla barra) levam a qualquer seção.

02
Marcador e título
O mini Mapa da Trilha com o nome da parte, e o título em letreiro com uma palavra na voz em off.

03
A frase que decide
Logo abaixo do título, uma frase com o que a seção decide. Se só tiver tempo para uma linha, leia esta.

04
Em um minuto
De dois a quatro pontos com o essencial. Basta para revisar uma peça.

05
Blocos numerados
Cada bloco (por exemplo, 13.2) traz a regra, a amostra viva, o código para copiar e o par "Assim" e "Assim não".

06
Fontes desta seção
O fim de toda seção diz de onde a regra veio, com nomes legíveis, para qualquer pessoa conferir.

O seletor **Tema**, no topo (no celular, dentro do sumário), mostra o manual com a regra de cor de cada produto: Institucional, Start, Master, Pro e VOIDERS. É a mesma troca que um único atributo faz numa página real (seção 15).

01.3

O mapa do manual

Nove partes, na ordem em que uma peça é pensada: quem somos, as leis, a marca, a cor, a letra, os recursos, a imagem, a voz e os canais.

I **O QUE A THE VOID É** 01 a 05 · plataforma, manifesto, personas e a ideia do sistema.	**II** **AS LEIS** 06 e 07 · as oito leis e o checklist de aprovação.	**III** **MARCA** 08 a 12 · logotipo, proteção, usos proibidos, selos e arquitetura.
IV **COR** 13 a 16 · paleta, contraste calculado, regra por produto e Modo Leitura.	**V** **TIPOGRAFIA** 17 a 20 · as três vozes, os registros do Archivo e as escalas.	**VI** **RECURSOS E SISTEMA** 21 a 28 · os recursos assinatura, grade, movimento, ícones e gráficos.
VII **IMAGEM**	**VIII** **VOZ E CONFORMIDADE**	**IX** **CANAIS**

29 e 30 · fotografia, vídeo e som.	31 a 33 · voz, comunicação M1 a M8, prova e lei.	34 a 36 · LP, VSL, redes, e-mail, deck, membros, artigo e pendências.

01.4

Legenda de status e marcas de trabalho

Toda marca de status tem ícone e palavra, nunca só cor. Elas dizem o que pode ir ao ar hoje e o que ainda espera a The VOID.

COMO LER AS MARCAS DO MANUAL

MARCA	O QUE SIGNIFICA	O QUE FAZER
DECIDIDO	Regra fechada pela direção de criação da GrowAI, com fonte citada.	Aplique como está, em toda peça.
PROPOSTA	Leitura ou medida da GrowAI que ainda precisa da validação da The VOID ou da aureadesign.co.	Use como padrão até a validação; a pendência indicada diz quem decide.
PENDENTE	Depende de decisão ou dado da The VOID. O número remete à lista de 22 pendências (seção 36).	Não publique o item; siga o caminho provisório escrito ao lado.
`[P n]`	Número da pendência no texto, por exemplo [P 15] para preços e dados de oferta.	Consulte a seção 36 antes de usar o item.
`{{A_CONFIRMAR}}`	Campo de modelo que só existe preenchido com dado validado.	Nunca publique com as chaves; sem dado, o trecho sai da peça.
Assim não	Exemplo errado, mostrado para ensinar. Fica marcado no código como exemplo proibido.	Nunca copie para uma peça.

[P 5] Ano de fundação. Até a decisão da The VOID, nenhuma peça usa "EST", "desde" ou contagem de anos de escola.

01.5

Versão, data e como mudar uma regra

O manual tem versão e data. Regra muda no sistema, nunca dentro de uma peça.

REGISTRO DESTA EDIÇÃO

Versão	1 · sistema Sala Escura
Especificação	06/10/2026
Edição do manual	out/2026
Situação	EM APROVAÇÃO
Base da marca	Plataforma de Branding, aureadesign.co, 2025 · Brand DNA da The VOID, set/2026 · Personas, set/2026

Para mudar uma regra

1. Escreva o motivo e a peça que pediu a mudança.
2. A direção de arte altera a especificação do sistema; cor e medida mudam também em `tokens.css` e `tokens.json`.
3. A verificação automática roda de novo (contraste, travessão, termos vetados, largura no celular).
4. O manual sai com nova versão e data. Só então a peça usa a regra nova.

Exceção pontual não existe: peça que precisa fugir da regra volta para a direção de arte com o motivo escrito.

Sistema e manual	GrowAI

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 2, 9.6, 12.8 e 17); plano de construção do manual, 06/10/2026; Brand DNA da The VOID, set/2026 (regra R08); Plataforma de Branding, aureadesign.co, 2025 (slides 14 e 23).

02

O QUE A THE VOID É

A PLATAFORMA DA *marca*

Propósito, arquétipo, atributos, valores e diretrizes, como a aureadesign.co definiu na Plataforma de Branding. É o que a marca é antes de qualquer peça; a voz e as leis transformam isso em comunicação.

EM UM MINUTO

- Propósito: transformar talentos em uma carreira de sucesso.
- Arquétipo Herói. Na leitura deste manual, o herói é quem estuda; a The VOID é a mentora que já atravessou o caminho e caminha junto.
- Quatro atributos (acolhedora, transformadora, profissional, inspiradora) e quatro valores, cada um com frase própria.
- A plataforma não é copy. Ela vira peça pela voz (seção 31) e pelas leis (seção 06).

02.1

Propósito e arquétipo

O propósito é atemporal e não muda por campanha. O arquétipo orienta o papel de cada personagem na história.

PROPÓSITO

Transformar talentos em uma carreira de sucesso.

Plataforma de Branding, aureadesign.co, 2025, e One Page Comunicação.

ARQUÉTIPO

Herói

Quem vence a própria dúvida é o aluno. A The VOID é "um artista que virou professor", que "atua como guia, não como guru" e "caminha junto". Na imagem, o protagonista é a mão de quem aprende; a

COMPORTAMENTO

Ousada. Profunda. Intencional.

"Sempre em movimento, nunca com pressa. Age com firmeza sem perder a sensibilidade. Acolhe como família, ensina como mentora, celebra como comunidade."

A MARCA COMO PESSOA

Inspira sem intimidar

"Ensina sem condescendência, acolhe sem perder a firmeza." Alguém que duvidou das próprias mãos, encontrou o caminho e hoje dedica a vida a provar que outros também podem.

Brand DNA da The VOID, set/2026.

escola entra como luz, método e comunidade.

ⓘ LEITURA DA GROWAI

Brand DNA da The VOID, set/2026, e Plataforma de Branding.

O herói na imagem: a mão de quem aprende, com o professor ao lado como guia e o trabalho na mesa como prova do método. Foto: acervo The VOID.

02.2

A marca é: quatro atributos

Os atributos dizem o que a marca é. Não confundir com os atributos de voz (corajosa, inspiradora, técnica, próxima), que dizem como ela fala (seção 31).

ACOLHEDORA

"A marca acolhe como uma família."

Comportamento, Plataforma de Branding.

TRANSFORMADORA

"Da escolha das palavras ao ambiente físico da escola, tudo comunica transformação."

Comportamento, Plataforma de Branding.

PROFISSIONAL

"Toda grade curricular precisa exercer uma função prática em sua base, seja ela artística ou empreendedora."

Negócio faz, Plataforma de Branding.

INSPIRADORA

"Inspiramos com os pés no chão."

Tom de voz, Plataforma de Branding.

02.3

Os quatro valores

Cada valor tem um rótulo e uma frase da Plataforma de Branding. A linha "onde aparece" é a ponte para o sistema.

ACOLHIMENTO E INCLUSÃO

"Celebramos as pessoas por trás das máquinas."

Onde aparece: boas-vindas da matrícula (M5), estados vazios da área de membros, fotografia de pessoas reais com autorização.

COMUNIDADE E PERTENCIMENTO

"Aqui não existem estranhos, apenas família que ainda não se conheceu."

Onde aparece: VOIDERS, The VOID Talks, Formatura com Pele e a etapa M8.

EXCELÊNCIA E PROFISSIONALISMO

"Onde sonhos encontram propósito e talentos se tornam carreira."

Onde aparece: Crédito de Prova em todo número, roteiro de módulos, biossegurança visível na foto.

LIBERDADE E AUTONOMIA

"Uma vida vivida nos seus próprios termos."

Onde aparece: o pilar Arte como liberdade, o programa Pro e o fecho do manifesto.

Fotos: acervo The VOID. Três em P&B (Ritual) e uma em cor contida (Terra), dentro da regra de no máximo uma imagem colorida a cada quatro.

REGRA Inclusão é valor, não argumento de venda. Frase sobre públicos atendidos só entra em peça com casos reais e programa existente (conflito C23); até lá, fica no material interno.

02.4

O negócio faz, a comunicação fala

O que a escola entrega e como ela diz isso. Os nomes em inglês da fonte ficam como rótulo interno; a copy pública é sempre em português.

O negócio faz

HUB DE APRENDIZADO

"Um hub de aprendizado onde talentos se tornam carreiras em um ecossistema que prioriza a metamorfose pessoal e profissional."

O ALUNO NO CENTRO

"Produtos educacionais flexíveis com o aluno no centro, acompanhando seu processo de evolução e demanda."

SEMPRE NA PRÁTICA

"Toda grade curricular precisa exercer uma função prática em sua base, seja ela artística ou empreendedora."

A comunicação fala

"Existe um vazio dentro de você. Uma inquietação que não se acalma entre trabalhos convencionais e rotinas extremamente comuns. Esse vazio não é fraqueza. É um chamado. Um chamado para transformar sua arte em libertação, seu traço em futuro. Não importa de onde você vem ou o que disseram sobre seu sonho. O que importa é a coragem de começar. Venha como você é. Com seus medos, suas dúvidas, suas mãos trêmulas. Aqui, elas se tornarão firmes."

Trecho inicial do "Comunicação fala", Plataforma de Branding. O travessão do original virou ponto, a única intervenção permitida.

02.5

Diretrizes estratégicas e diferenciais

As cinco diretrizes dizem para onde a marca cresce; a terceira coluna mostra a parte do sistema que responde a cada uma.

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS, JUL/2025

DIRETRIZ	O QUE PEDE	ONDE O SISTEMA RESPONDE
1 · Expandir para ser acessível	Novos formatos e ofertas complementares que não dependam de uma formação presencial robusta, como workshops online e comunidades.	Arquitetura de marca (seção 12). "Acessível" nunca vira argumento de preço (seção 31).
2 · Enriquecer o ecossistema de aprendizado	Desenho, especialidades técnicas e gestão de carreira, com o aluno guiado a cada passo.	Mapa da Trilha (seção 23) e Método ARTE (seção 12).
3 · Fortalecer a cultura interna	Processos de comunicação, feedback e desenvolvimento da equipe que reflitam os valores da marca.	Este manual e o checklist de aprovação (seção 07).
4 · Humanizar e tangibilizar a comunicação	Histórias reais de transformação, além do aspecto técnico.	Fotografia real e autorizada (seção 29) e Crédito de Prova (seção 25).
5 · Transformar comunidade em diferencial	Estruturar, fortalecer e nomear a comunidade como ecossistema contínuo de apoio e trocas.	VOIDERS (seção 12) e a etapa M8 (seção 32).

Os quatro diferenciais

01

Formação progressiva e estruturada em 3 pilares

Resolve a falta de estrutura e o despreparo técnico do mercado.

02

Comunidade que acolhe e impulsiona

Resolve o medo, a insegurança e a solidão de quem está recomeçando ou mudando de vida.

03

Metodologia prática com mentoria real

Resolve a saturação de cursos genéricos e impessoais.

04

Visão de carreira, marca pessoal e mercado

Resolve a falta de visão de futuro e a leitura da tatuagem como "bico".

Diferencial é argumento de conversa, nunca superlativo: nada de "a única" ou "a melhor" (seção 33).

FONTES DESTA SEÇÃO

Plataforma de Branding, aureadesign.co, 2025 (Plataforma de Branding, diretrizes estratégicas, diferenciais, comportamento e One Page Comunicação); Brand DNA da The VOID, set/2026 (seção 1); especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 9.1, 11.1 e 16).

03

O QUE A THE VOID É

ESSE VAZIO É UM *chamado*

O manifesto na íntegra, como está na versão atualizada da Plataforma de Branding, e as regras para recortá-lo em peças sem mudar uma palavra.

EM UM MINUTO

- O texto é literal. A única intervenção permitida é trocar travessão por ponto ou vírgula.
- Ele se lê em três atos: o vazio, o encontro e a metamorfose, a mesma narrativa da falsa convicção do Brand DNA.
- Em peça, entra um trecho por vez: Cartela com até 14 palavras, Faixa de Manifesto com até 40.
- A assinatura do manifesto é sempre o logotipo em arquivo, nunca o nome digitado.

03.1

O manifesto na íntegra

Manifesto Completo Atualizado (slide 10 da Plataforma de Branding). A divisão em três atos é leitura deste manual, para orientar os recortes. O original fecha com a linha "THE VOID TATTOO." sobre a assinatura; aqui, como em toda peça, essa linha é o logotipo em arquivo (seção 08).

ATO 1
O VAZIO

Existe um vazio dentro de você.

Um espaço sem nome, uma inquietação que não se acalma entre as paredes dos trabalhos convencionais e rotinas extremamente comuns.

Esse vazio não é uma fraqueza. É um chamado.

FOTO: ACERVO THE VOID · VÉU DE 76% SOB O TEXTO

Venha como você é. Com seus medos, suas inseguranças, suas mãos trêmulas. Nós as transformaremos em mãos firmes que desenham caminhos para a liberdade financeira, para o orgulho profissional, para uma vida onde trabalho e paixão são a mesma coisa.

A mão que aprende e a mão que guia. Foto: acervo The VOID.

Mas você não estará só.

Na Void, você encontra uma comunidade que caminha com você. Pessoas que acreditam nas mesmas verdades invisíveis. Que te inspiram, te acolhem, te desafiam.

Aqui não existem estranhos, apenas família que ainda não se conheceu.

Acreditamos que a verdadeira transformação da tatuagem não está nas máquinas, mas nas mãos que as seguram. E nas histórias que se cruzam durante o processo.

Investimos nas pessoas por trás da arte, revelando e lapidando talentos únicos, para que cada traço na pele conte não apenas a história de quem a recebe, mas também de quem a cria.

Ao valorizar o artista além da técnica, elevamos uma profissão a um movimento cultural que humaniza uma arte muitas vezes reduzida ao seu aspecto mecânico.

ATO 3
A METAMORFOSE

A cada linha que você traça na pele, você reescreve sua própria história. A cada cliente transformado por sua arte, você preenche não apenas o vazio da tela em branco, mas o vazio dentro de si mesmo.

A tatuagem não é apenas uma profissão. É um ato de rebeldia contra o comum, contra o medíocre, contra o "contentar-se com menos".

O traço firme na pele: o fim do primeiro ato vira o começo de uma carreira. Foto: acervo The VOID.

PREENCHA O VAZIO. PERTENÇA. CRESÇA. CONQUISTE SUA LIBERDADE.

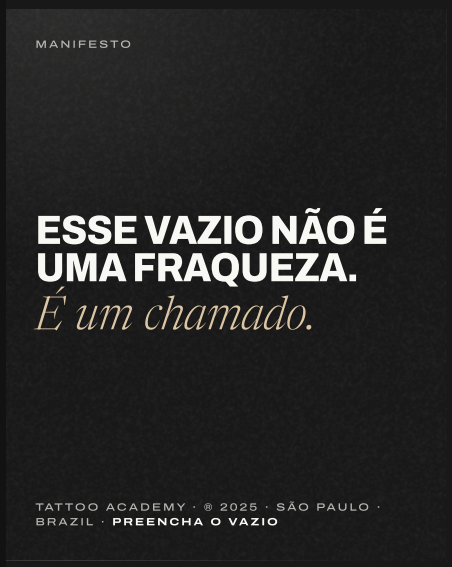
THE VOID® TATTOO

A arte **QUE PREENCHE.** *A carreira* **QUE LIBERTA.**

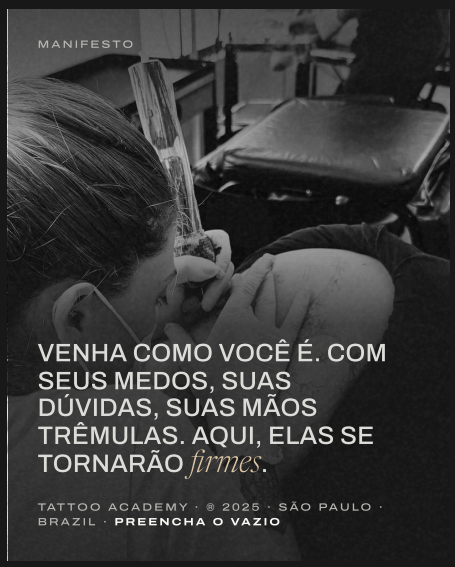
03.2

Trechos prontos para peça

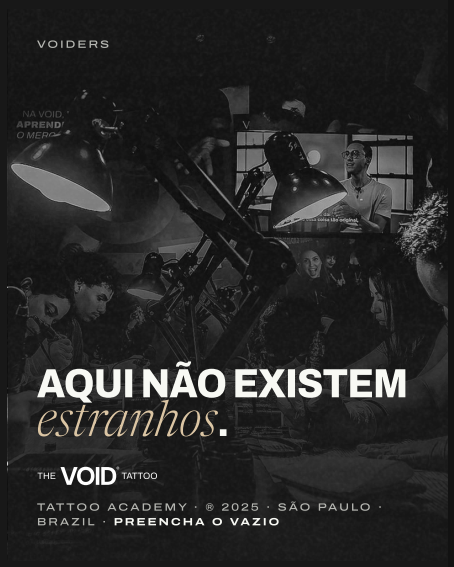
Três recortes no tamanho do feed, alternando Cartela e foto (lei L8). A regra serve para qualquer outro trecho: frase literal, uma única palavra na voz em off e Créditos Finais no pé. Sobre foto, o texto fica no terço de baixo, com véu de 80% a 90%, e o rótulo do topo com 62% no mínimo.



CARTELA DE MANIFESTO, FEED · 1080 POR 1350



FAIXA DE MANIFESTO SOBRE FOTO, FEED · 1080 POR 1350



VOIDERS SOBRE FOTO, FEED · 1080 POR 1350

Fotos das peças: acervo The VOID (mãos em sessão; mesa coletiva de prática). Na peça publicada, o crédito vai na legenda do post.

A Faixa de Manifesto usa a versão curta da frase, da Plataforma de Branding ("suas dúvidas", "Aqui, elas se tornarão firmes"); a versão longa do manifesto ("suas inseguranças") também vale, desde que inteira.

03.3

Como recortar o manifesto

O manifesto é cena, não argumento de venda. Ele abre e fecha conversas; a oferta e a prova vêm em outra tela.

- **Um trecho por peça, literal.** Corte no fim de uma frase, nunca no meio. Nada muda além da pontuação do travessão.
- **Cartela:** até 14 palavras, título em até 6 palavras e 3 linhas, uma linha na voz em off. **Faixa de Manifesto:** até 40 palavras, Archivo 500 em caixa alta, uma Palavra Sensível.
- **Onde entra:** capa de manifesto (com a Esfera do Vazio), Reels de manifesto, Faixa de Manifesto da LP (só trechos sem promessa de renda), página `/sobre/` e e-mail de marco.
- **O texto completo** vive na página `/sobre/`; numa peça estática, nunca inteiro.

PROPOSTA Os trechos com "liberdade financeira" (Ato 2 do manifesto acima) e com "financeiramente independente" (fecho da versão curta do manifesto no Brand DNA e do key visual do Start, slide 32) ficam fora de anúncio e de qualquer página que receba tráfego pago, como a LP e a aula experimental. A regra é não prometer renda (seção 31), e a plataforma de anúncios lê também a página de destino. Esses trechos entram inteiros só na página `/sobre/` e no orgânico.

ASSIM

ESSE VAZIO NÃO É UMA FRAQUEZA.
É um chamado.

Frase literal do manifesto, uma linha na voz em off, ponto final. Sem oferta na mesma tela.

ASSIM NÃO

SEU VAZIO ACABA HOJE! MATRICULE-SE JÁ

Reescrever o manifesto, colar urgência e trocar o ponto final por exclamação tira a voz da marca e vira promessa.

03.4

A narrativa em três atos

Toda mensagem parte do que a pessoa acredita, erradamente, sobre si. O manifesto, o carrossel e a VSL contam a mesma história em três atos.

ATO 1

O vazio

A pessoa sonha, mas não acredita. A peça nomeia a crença falsa com precisão, sem condescendência.

Em imagem: a primeira linha. Recurso que lidera: Esfera do Vazio e Palavra Sensível.

ATO 2

O encontro

O vazio ganha nome e solução: a The VOID é o ambiente para se tornar quem a pessoa já quer ser.

Em imagem: a mão que guia a mão. Recurso que lidera: Mapa da Trilha.

ATO 3

A metamorfose

Com método e comunidade, a pessoa cruza a linha. A prova é real, datada e autorizada.

Em imagem: o traço firme. Recurso que lidera: Marco do Aluno e Anel de Preenchimento.

A FALSA CONVICÇÃO E A VERDADE QUE A MARCA REVELA

PÚBLICO	FALSA CONVICÇÃO	A VERDADE QUE A MARCA REVELA
Iniciante (Start)	"Eu não sou capaz de viver da minha arte."	Talento é consequência de treino estruturado. O que falta não é talento: é estrutura, método e comunidade.
Avançado (Master e Pro)	"Preciso ser melhor tecnicamente antes de cobrar o que mereço."	Técnica sem posicionamento é invisível.

O inimigo comum nunca é um concorrente: é o sistema que desvaloriza a arte, a mentalidade de que "arte não paga conta" (Brand DNA, regra R05). O fantasma é a versão de si que nunca tentou, o vazio que dá nome à marca.

FONTES DESTA SEÇÃO

Plataforma de Branding, aureadesign.co, 2025 (Manifesto Completo Atualizado, slide 10; Comunicação fala, slide 8; frases do território, slide 46); Brand DNA da The VOID, set/2026 (seções 4 e 6); especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 6.8, 9.3, 12.1 LP21, 12.3 R4 e 13.3).

04

O QUE A THE VOID É

UMA PESSOA, UMA *crença*

Toda peça declara para quem fala e qual crença falsa ataca. As três personas do cliente são a base; as quatro personas da agência entram como subperfis.

EM UM MINUTO

- Três personas canônicas: Gabriel (Start), Camila (Start, depois Master) e Bruno (Master e Pro).
- Cada uma tem falsa convicção, inimigo, desejo essencial e tom de conversão. A peça ataca uma crença por vez (lei L1).
- Joana, Lucas, Rafael e Sylvia, da Plataforma de Branding, viram subperfis; Sylvia cobre o programa Pro.
- Persona não tem rosto em peça: os retratos da agência são ilustração gerada por IA, ficam só no material interno e sempre rotulados.

04.1

As três personas

Resumo operacional do documento de personas. Faixa de renda e região são dado interno e não entram em peça nem em segmentação descrita em público.

GABRIEL
o jovem sonhador

FORMAÇÃO START

> **"Eu quero, mas e se eu não for bom o suficiente?"**

IDADE
18 a 25 anos; a ficha do Start considera 18 a 27 [P 21].

FALSA CONVICÇÃO
"Eu não tenho talento suficiente para viver de tatuagem."

INIMIGO
A narrativa de que arte não sustenta.

DESEJO ESSENCIAL

CAMILA
a profissional em transição

START, DEPOIS MASTER

> **"Será que ainda dá tempo de recomeçar?"**

IDADE
26 a 35 anos; a ficha do Start considera 28 a 40 [P 21].

FALSA CONVICÇÃO
"Já passei da hora. Quem começa do zero na tatuagem precisa ter começado mais jovem."

INIMIGO

BRUNO
o tatuador em evolução

MASTER E PRO

> **"Sei que sou bom. Por que ainda não consigo escalar?"**

PERFIL
24 a 32 anos, de 2 a 6 anos tatuando, portfólio sólido e crescimento parado.

FALSA CONVICÇÃO
"Preciso ser ainda melhor tecnicamente antes de cobrar mais." e "Preciso de mais seguidores para ter reconhecimento e agenda cheia."

INIMIGO

Provar para si que é capaz de construir uma vida com a própria arte.

TOM DE CONVERSÃO
Coragem e prova social de iniciantes.

HERO PARA TESTE
TALENTO É CONSEQUÊNCIA DE *treino*.

A narrativa da responsabilidade adulta: "seja prático", "não é hora de sonhar".

DESEJO ESSENCIAL
Ser autora da própria vida: independente, criativa, realizada.

TOM DE CONVERSÃO
Recomeço e depoimentos de adultos em transição. Ela precisa ver a lógica antes de sentir permissão.

HERO PARA TESTE
SUA EXPERIÊNCIA É UM *diferencial*, NÃO UM ATRASO.

O algoritmo e o mercado que não valorizam qualidade.

DESEJO ESSENCIAL
Marca pessoal forte o bastante para não depender de plataforma, algoritmo ou estúdio de terceiros.

TOM DE CONVERSÃO
Posicionamento e casos de crescimento.

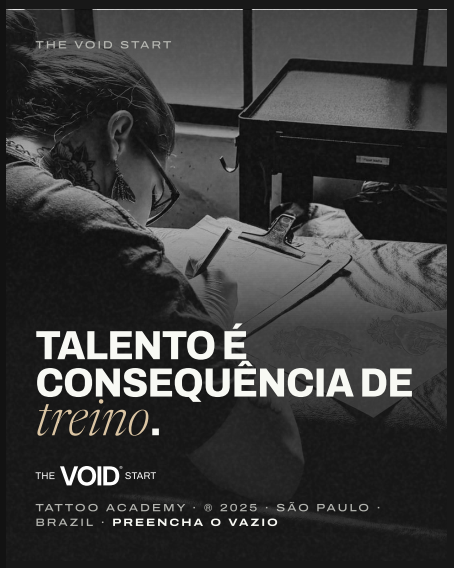
HERO PARA TESTE
TÉCNICA SEM POSICIONAMENTO É *invisível*.

O que une as três: existe uma versão de si que elas querem ser, e uma crença falsa impede de agir. A The VOID não vende um curso; vende a permissão de se tornar quem a pessoa já quer ser (Personas, set/2026).

04.2

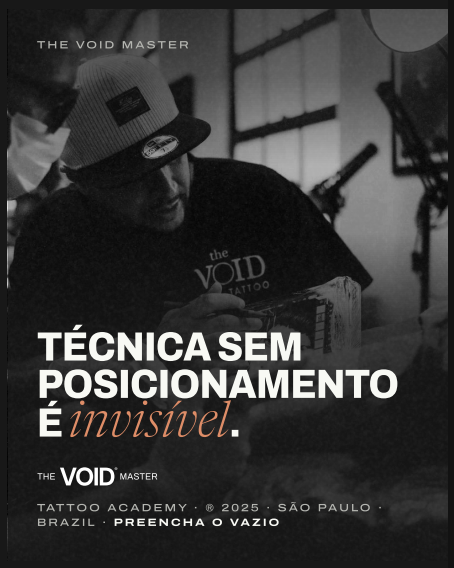
Os heros por persona, em peça

Os três títulos prontos para teste A/B, como Plano de Abertura: foto P&B real da escola, véu calculado e o logotipo do produto. A persona nunca aparece escrita nem retratada na peça: ela está na crença que o título derruba. A foto mostra a prática, não a persona.



PARA GABRIEL · CRENÇA: NÃO TENHO TALENTO · 1080 POR 1350

PARA CAMILA · CRENÇA: JÁ PASSEI DA HORA · 1080 POR 1350



PARA BRUNO · CRENÇA: PRECISO DE MAIS TÉCNICA · 1080 POR 1350

Fotos: acervo The VOID (projeto desenhado na mesa; aluna em sessão; tatuador em sessão na convenção).

ASSIM

TALENTO É CONSEQUÊNCIA DE *treino*.

Derruba a crença sem diminuir a pessoa: o problema é a falta de método, não ela.

ASSIM NÃO

VOCÊ NÃO PRECISA DE TALENTO PARA COMEÇAR

Variante vetada: fica perto do tom condescendente que o Brand DNA proíbe ("mesmo sem talento você consegue").

04.3

Subperfis da agência

As quatro personas da Plataforma de Branding ajudam a afinar a mensagem dentro de cada persona canônica. Os retratos dos slides de persona foram gerados por IA: aparecem aqui em P&B, com contorno tracejado e rótulo, só como referência de briefing.

ILUSTRAÇÃO DE IA

Joana, a Determinada

Ilustração: persona fictícia, não é aluno da The VOID. Nunca usar como foto da escola nem em peça pública.

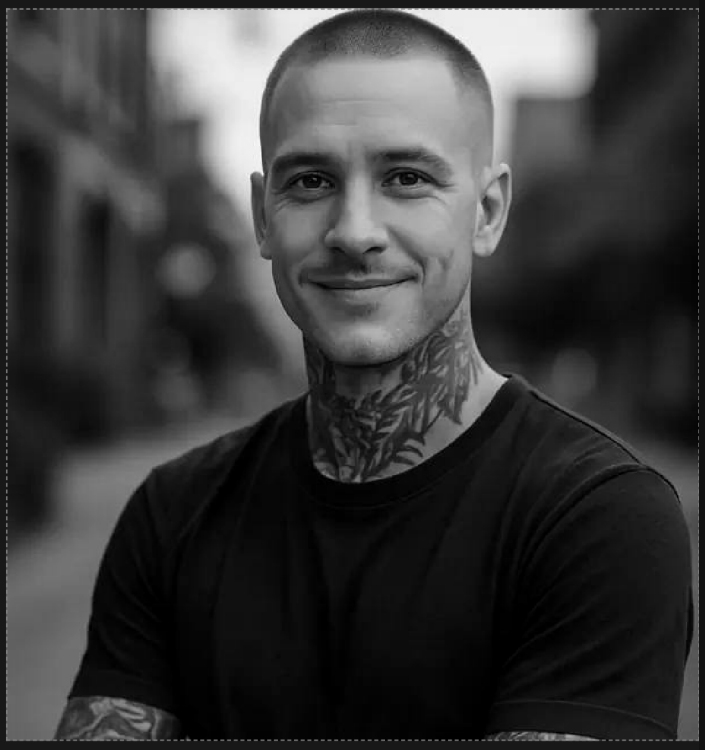


ILUSTRAÇÃO DE IA

Lucas, o Persistente

Ilustração: persona fictícia, não é aluno da The VOID. Nunca usar como foto da escola nem em peça pública.

ILUSTRAÇÃO DE IA

Rafael, o Buscador

Ilustração: persona fictícia, não é aluno da The VOID. Nunca usar como foto da escola nem em peça pública.

ILUSTRAÇÃO DE IA

Sylvia, a Visionária

Ilustração: persona fictícia, não é aluno da The VOID. Nunca usar como foto da escola nem em peça pública.

CORRESPONDÊNCIA ENTRE PERSONAS, GRUPOS DE PÚBLICO E PRODUTO

SUBPERFIL	PERSONA CANÔNICA	GRUPO DE PÚBLICO	PRODUTO	CRENÇA QUE A COMUNICAÇÃO ATACA
Sem equivalente	Gabriel	Jovens em busca de futuro	Start	"Eu não tenho talento suficiente para viver de tatuagem."
Joana, a Determinada	Camila	Reiniciantes com propósito	Start	A vergonha de recomeçar "tarde demais".
Lucas, o Persistente	Bruno, em parte	Tatuadores iniciantes ou estagnados	Master	"Preciso ser ainda melhor tecnicamente antes de cobrar mais."
Rafael, o Buscador	Bruno	Tatuadores iniciantes ou estagnados	Master e Pro	"Meu trabalho fala por si." (crença do avançado, Brand DNA)
Sylvia, a Visionária	Sem equivalente; cobre o Pro	Artistas autorais e empreendedores	Pro	"Para crescer, preciso tatuar ainda mais." PROPOSTA

Idade, profissão e história dos subperfis servem para entender a pessoa. Nunca viram personagem, nome ou rosto em peça pública.

04.4

Os quatro grupos de público

Os grupos (clusters) da Plataforma de Branding, jul/2025, com o produto de entrada mais provável.

START

START

Reiniciantes com propósito

"Qualquer profissional com mais de 25 anos em busca de uma transição de carreira, liberdade e propósito na arte."

Jovens em busca de futuro

"Jovens talentosos, criativos e ambiciosos que encontram na tatuagem desde muito cedo uma carreira a ser seguida."

MASTER

Tatuadores iniciantes ou estagnados

"Buscam estrutura, posicionamento e segurança para evoluir na carreira."

PRO

Artistas autorais e empreendedores

"Tatuadores experientes que querem crescer como marca e negócio, ou empreendedores de outros ramos que buscam uma nova fonte de renda para viver de arte."

04.5

Objeções: o que responder e o que nunca dizer

As quatro objeções das personas, com o caminho de resposta que cabe na lei. As mensagens prontas por etapa estão na seção 32.

OBJEÇÕES DAS PERSONAS

OBJEÇÃO	CAMINHO DA RESPOSTA	NUNCA DIZER
"É muito caro para mim."	Valor total, parcelas e condições iguais ao checkout [P 15]. A formação como investimento de carreira, sem número de retorno.	⊗ Promessa de retorno com número ou prazo ("o curso se paga em [N] meses").
"Não sei se tenho talento."	Talento é consequência de treino estruturado. Depoimento real e autorizado de quem começou do zero, com Crédito de Prova.	⊗ "Mesmo sem talento você consegue."
"E se não tiver mercado?"	Ex-alunos trabalhando, com autorização e Crédito de Prova. Dado de mercado só com fonte publicada.	⊗ Superlativo de mercado sem fonte publicada ("o maior mercado do [país ou região]").
"Vou pensar."	Turma com data e vagas reais (Barra de Turma) e um próximo passo concreto: visita ou conversa.	⊗ "Últimas vagas!" sem número, ou contador que reinicia.

04.6

Como declarar a persona numa peça

Cole este cabeçalho no briefing de toda peça, antes de escrever. Peça sem as sete linhas preenchidas não entra em produção (regra R03 do Brand DNA).

BRIEFING

```
Peça: [formato e canal]
Persona: Gabriel | Camila | Bruno (subperfil, se houver)
Crença atacada: "[a falsa convicção, numa linha]"
Etapa: M1 a M8
Produto (data-estacao): chamado | start | master | pro | voiders
Ação única: [rótulo da biblioteca de CTA, seção 34]
Prova usada: [número com Crédito de Prova, ou nenhuma]
```

FONTES DESTA SEÇÃO

Personas, set/2026; Brand DNA da The VOID, set/2026 (seções 3, 6 e 8); Plataforma de Branding, aureadesign.co, 2025 (personas, grupos de público e One Page de Experiência); especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 9.5, 11.1 e 16, conflitos C9 e C21).

05

O QUE A THE VOID É

NO ESCURO, UMA *luz*

O conceito que organiza o sistema: o preto da The VOID é a sala escura do cinema e do laboratório de revelação, o lugar onde a imagem ainda vai aparecer.

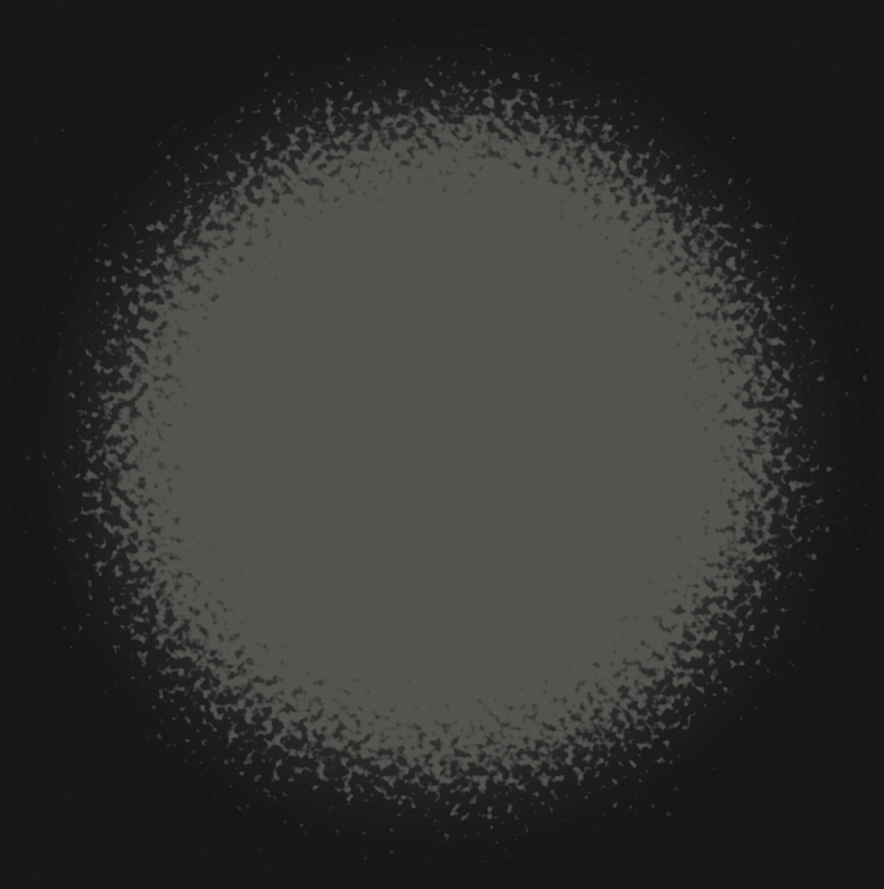
EM UM MINUTO

- Sala Escura é nome de trabalho. Nunca aparece em peça pública.
- Cada peça é uma cena: uma única luz entra no escuro e revela uma mão que fica firme.
- A metáfora gera regras, não decoração: nada de claquete, rolo de filme ou palavras de set.
- No máximo um dispositivo de cinema por peça estática.

05.1

A ideia em três quadros

"Esse vazio não é uma fraqueza, é um chamado." O preto não é ausência: é onde a imagem ainda vai aparecer. A escola existe para revelar e lapidar talentos, e o processo como ritual é a fotografia oficial.



NO ESCURO · O VAZIO

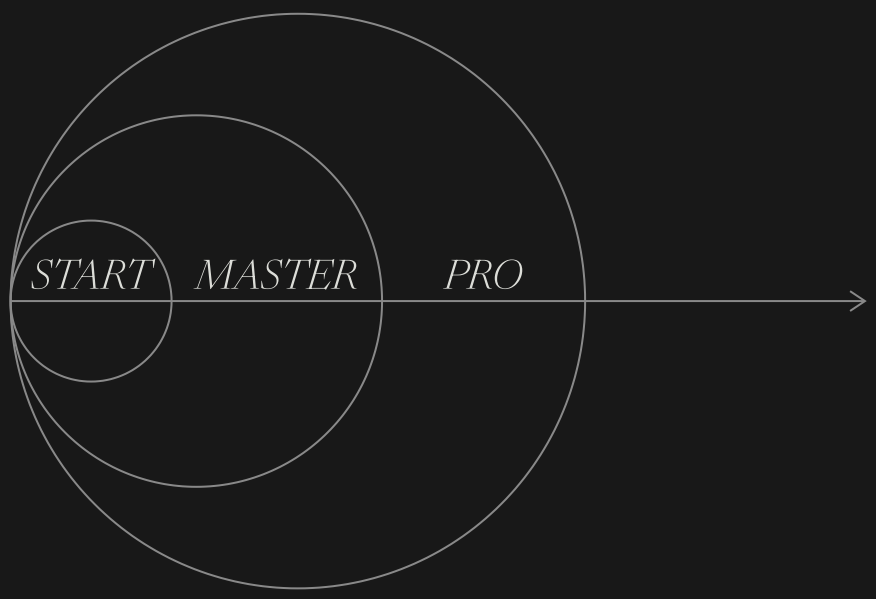
A Esfera do Vazio, a única ilustração da marca: o ponto de partida.

JANELA DE LUZ

UMA LUZ

UMA LUZ · A CENA

Uma única fonte, do canto superior esquerdo. Na luz, uma mão; na mão, um traço.



O CAMINHO · A TRILHA

Start, Master e Pro, três círculos tangentes: o caminho que preenche o vazio.

FRASE-GUIA INTERNA · NÃO É COPY

No escuro, uma luz.
Na luz, uma mão.

Na mão, um traço.

A ideia nas fotos da escola

No escuro, uma luz.

A luminária de cima é a única fonte. O resto do quadro cai para o preto, que ocupa mais da metade da cena.

Na luz, uma mão.

A luz encontra as mãos e a pele; luva e material de uso único ficam visíveis, porque a biossegurança também é imagem.

Na mão, um traço.

O traço fica nítido onde a luz bate. É o plano que toda série de fotos precisa ter.

Fotos: acervo The VOID, tratadas no P&B Ritual e no Vazio (seção 29). Nenhuma foi iluminada para o manual: a luz única já é a luz da escola.

05.2

O papel de cada elemento

Sete elementos e o papel de cada um na sala. Cada um tem seção própria: cor (13), tipografia (17) e recursos (21 e 23).

Sala
#181818

O campo da marca, onde tudo acontece.

Tela
#F8F9F4

A luz projetada: texto e botão no escuro, e a página de leitura no Modo Leitura.

Terracota e terras
#B25A32 e família

A luz quente que dirige o olho; a cor que a pessoa conquista ao entrar numa formação.

ETREIR

Archivo

O letreiro: título, botão, crédito.

a voz em off

Alga ou Newsreader

A voz em off: a palavra que sente. Enquanto a licença da Alga não chega [P 3], todo material público usa Newsreader Italic 300.

Grão

A película: o preto vira matéria. Amostra ampliada para ver a textura; na peça, ele fica a 6% no escuro e 4% no claro.

Os três círculos

O caminho para preencher o vazio: Start, Master e Pro, como a aureadesign.co desenhou.

05.3

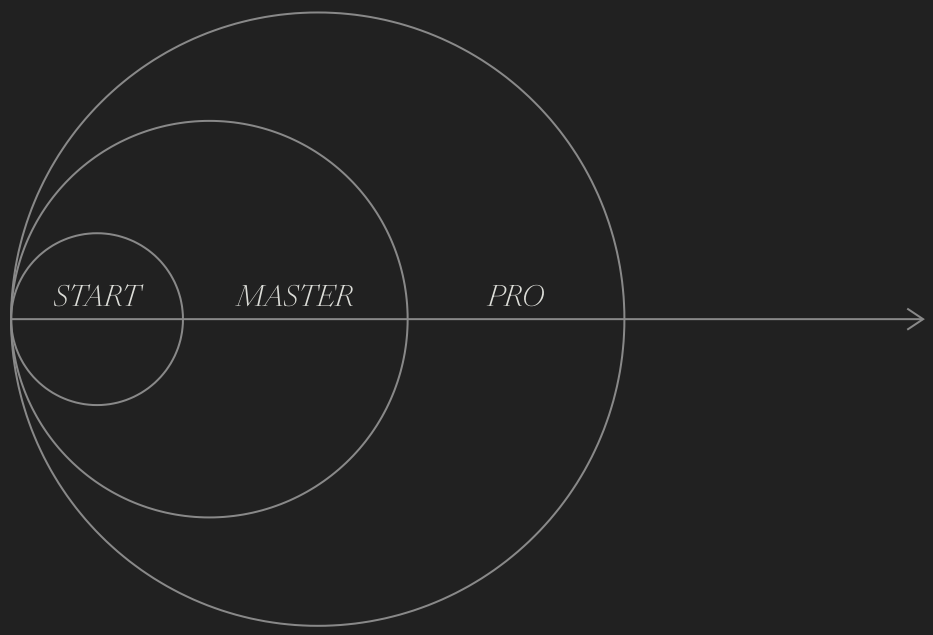
A cor se conquista

Topo de funil e aula experimental são monocromáticos. A cor de produto só acende quando a pessoa entra numa formação. Troque o produto para ver o círculo e a palavra de cada um.

PALAVRA SENSÍVEL DE ASSINATURA

o primeiro passo

Institucional, aula experimental, Talks e Convenção: Sala, Tela e grão. Nenhum círculo aceso, nenhum campo de cor.



[P 14] A aula experimental continua assinando com o logotipo Start, como está no ar, com o selo Start como próxima etapa e sem campo de cor. Passar a aula para o institucional é decisão da The VOID.

05.4

Contenção do tema

A metáfora do cinema gera regras; ela nunca vira fantasia de cinema. Só quatro recursos nomeados são dispositivos de cinema, e nunca dois na mesma peça estática.

Proibido em peça pública

- Claquete desenhada, rolo de filme ilustrado, contagem regressiva de cinema.
- As palavras "CENA", "TAKE", "AÇÃO!" e "CORTA!".
- Créditos de filme inventados (diretor, elenco) e tipografia de cartaz de cinema antigo.

Os únicos dispositivos de cinema

- Faixa Cinemascope: foto em 2,39 por 1 entre faixas pretas.
- Marcador de Capítulo: só na VSL e no carrossel.
- Corte do Logo: o logotipo gigante sangrando pela borda.
- Revelação: a imagem que surge do grão.

ASSIM

02 / 07 · A VIRADA

TALENTO É CONSEQUÊNCIA DE TREINO

Um dispositivo só: o Marcador de Capítulo no carrossel. O resto é letreiro sobre a Sala.

ASSIM NÃO

CENA 01 · TAKE 3

AÇÃO! SUA CARREIRA COMEÇA

Palavras de set e cartaz de filme transformam a ideia em fantasia temática.

05.5

Da ideia às leis

Cada imagem da Sala Escura virou uma regra com teste. É por isso que o sistema se explica sozinho.

A IMAGEM DA IDEIA E A REGRA QUE ELA GERA

IMAGEM DA IDEIA	VIRA REGRA	ONDE
O preto é a sala	Campo escuro em pelo menos 60% da área de toda peça de marca (lei L4).	Seção 06
Uma única luz	Um ponto de ênfase e uma cor de acento; o botão é a superfície mais clara da dobra (lei L5).	Seção 06
O letreiro	Título em Archivo caixa alta, até 6 palavras (lei L6).	Seção 18
A montagem	Cena, cartela e documento se alternam; nunca três do mesmo tipo seguidos (lei L8).	Seção 06
A película	Grão do Vazio sobre todo campo escuro.	Seção 21
O laboratório de revelação	Revelação: a foto surge do grão, uma vez por imagem.	Seção 25
Os três círculos	Mapa da Trilha e Marcador de Estação, com o produto aceso.	Seção 23

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 1, 2, 3.5, 6 e 17); Plataforma de Branding, aureadesign.co, 2025 (manifesto, slide 10; Esfera, slide 16; Mapa da Trilha, slide 30); Brand DNA da The VOID, set/2026 (seção 9).

PARTE II · AS LEIS · SEÇÕES 06 A 07

AS *leis*

06 As oito leis
07 Checklist de aprovação

06

AS LEIS

OITO LEIS. VENCE A *menor*.

Toda peça da marca, de um story a uma página de venda, passa por oito leis com teste de menos de um minuto. Quando duas brigam, vence a de número menor.

EM UM MINUTO

- As leis valem para qualquer canal e qualquer produto: são o filtro antes da revisão de gosto.
- Cada lei tem o que manda, o porquê, o teste e um par de exemplos: assim e assim não.
- Ordem de precedência: L1 manda em L2, L2 manda em L3, e assim por diante até L8.
- Lei sem teste aprovado devolve a peça. O checklist da seção 07 junta os oito testes num só lugar.

06.1

As oito, em ordem de força

Leia da esquerda para a direita e de cima para baixo: quanto menor o número, maior a força no desempate.

L1
UM VAZIO, UMA AÇÃO.

Uma crença, um fato, um pedido.

L2
TODA PROVA TEM CRÉDITO.

Número sem as cinco partes da régua não sai.

L3
AA OU NÃO SAI.

Contraste calculado, toque de 44 px, legenda e foco.

L4
O PRETO É A SALA.

Campo escuro em 60% ou mais da peça.

L5
UMA LUZ POR CENA.

Um acento; o ponto mais claro é o botão.

L6
TÍTULO É LETREIRO.

Até 6 palavras em caixa alta; voz em off em uma linha.

L7

DUAS FORMAS, NENHUMA NO MEIO.

Retângulo e círculo; sem sombra decorativa.

L8

MONTAGEM COM RITMO.

Cena, cartela e documento alternados; um pedido no fim.

Três desempates resolvidos

QUANDO DUAS LEIS BRIGAM, VENCE A DE NÚMERO MENOR

O CONFLITO	VENCE	COMO A PEÇA FICA
A prova declarada por terceiro pede link para a fonte (L2) e a página só pode ter um destino clicável (L1).	L1	A fonte entra na régua como texto (nome e data da captura), sem link; o link completo mora na Ficha de Fatos do site.
O título de prova precisa do número e do que ele mede (L2) e passa de 6 palavras (L6).	L2	O número e o que ele mede ficam; quem encurta é o título. Recorte, data e fonte descem para a régua de prova.
O rosto iluminado do hero quer foto limpa (L5) e a linha de apoio por cima dele não passa no contraste (L3).	L3	O véu de 62% entra sob a linha de apoio; o rosto passa para o lado oposto ao texto e continua sendo a luz da cena.

PROPOSTA A regra de desempate está decidida; os três casos são a aplicação dela, escrita pela GrowAI para que ninguém precise reinventar a decisão no meio de uma entrega.

06.2

A mensagem: L1 e L2

O que a peça diz e com que prova. São as duas leis mais fortes porque erram a pessoa antes de errar o desenho.

L1

UM VAZIO, UMA AÇÃO.

O QUE MANDA	Toda peça nomeia uma única crença falsa ou um único fato e pede uma única ação. Em fundo de funil, todos os botões levam ao mesmo destino com o mesmo rótulo.
POR QUÊ	Conteúdo genérico não converte e vários pedidos diluem a decisão (regras R03 e R06 do Brand DNA). Na Sala Escura, cada peça é uma cena com um vazio só.
TESTE	Liste os destinos clicáveis, sem contar privacidade e descadastro: o resultado é 1. Escreva numa linha a crença que a peça ataca.

ASSIM

TALENTO É CONSEQUÊNCIA DE *treino*.

QUERO CONVERSAR SOBRE MINHA TURMA →

Uma crença (não tenho talento), um botão, um destino. O rótulo sai da biblioteca da seção 34.

ASSIM NÃO

TALENTO É CONSEQUÊNCIA DE *treino*.

SAIBA MAIS

FALE NO WHATSAPP

Dois pedidos com destinos diferentes na mesma dobra dividem a decisão. "Saiba mais" está na lista de rótulos proibidos.

L2

TODA PROVA TEM CRÉDITO.

O QUE MANDA Nenhum número, depoimento, avaliação ou dado de mercado aparece sem o Crédito de Prova: o que mede, recorte, data, fonte e marca de origem. Superlativo conta como número sem crédito.

POR QUÊ Resultado exige número conservador e verificável, e nenhuma promessa sai sem qualificação (R02 e R07). Exagero quebra a confiança justamente de quem ainda duvida das próprias mãos.

TESTE Aponte cada número e leia as cinco partes. Faltou uma, a peça volta.

ASSIM

[N]

alunos concluíram a formação Start

— contagem da secretaria · turmas até [mês/ano] · registro interno

Modelo da régua completa. O número real só entra com registro arquivado e método de contagem [P 15]; até lá, o bloco não vai ao ar.

ASSIM NÃO

+1.234

alunos formados

DADO DE EXEMPLO

Número solto (dado de exemplo): sem o que mede, sem recorte, sem data, sem fonte. Número de alunos sem método de contagem publicado não vai ao ar.

06.3

A leitura: L3 e L4

Quem não consegue ler não decide. E quem não reconhece o escuro não reconhece a marca.

L3

AA OU NÃO SAI.

O QUE MANDA Texto com contraste de 4,5:1 ou mais (3:1 só a partir de 24 px, ou 19 px em peso 700); área de toque de 44 por 44 px; legenda em todo vídeo; estado com ícone e palavra; foco visível. Par de cores fora da tabela de contraste não é usado.

POR QUÊ AA é o nível de acessibilidade das diretrizes internacionais de conteúdo web (WCAG): o mínimo para ler no celular, na rua, com o sol na tela. A atmosfera escura só funciona se o texto continua legível; por isso cada par foi calculado (seção 14).

TESTE Confira cada par na tabela de contraste. Com texto sobre foto, amostre o pixel mais claro sob a letra.

ASSIM

Turma de [mês] · começa em [data] · inscrições até [data]

PÓ SOBRE SALA · 8,61:1

Linha de apoio em Pó sobre Sala: 8,61:1, nível AAA. Serve para crédito, legenda e microcopy do botão.

ASSIM NÃO

Turma de [mês] · começa em [data] · inscrições até [data]

A mesma linha em Penumbra sobre Sala: 2,77:1. Bonita na tela do designer, invisível no celular. Penumbra no escuro é decoração, nunca texto.

L4

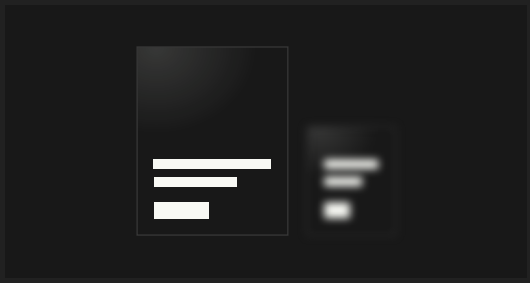
O PRETO É A SALA.

O QUE MANDA Toda peça de marca tem campo escuro (Sala, Nanquim ou foto em preto e branco tratada) em pelo menos 60% da área. A Tela só é campo no Modo Leitura (seção 16).

POR QUÊ O preto é o lugar onde a imagem ainda vai aparecer: "esse vazio não é uma fraqueza, é um chamado" (manifesto, slide 10). O Brand DNA chama o preto profundo de base onipresente e o off-white de respiro, nunca fundo principal.

TESTE Reduza a peça a 64 px de largura e desfoque: o que sobra é majoritariamente escuro.

ASSIM



A peça e a mesma peça reduzida a 64 px e desfocada: sobra a sala, com uma luz no canto e o botão.

ASSIM NÃO

Campo claro em post, story ou hero: parece outra marca. A Tela como campo só existe no Modo Leitura, e nunca em peça de topo.

06.4

A luz e o letreiro: L5 e L6

Uma luz dirige o olho; um letreiro curto diz para onde. As duas leis fazem a peça ser lida no tempo de um gancho.

L5 — UMA LUZ POR CENA.

O QUE MANDA Um único ponto de ênfase e uma única cor de acento. Em campo escuro, a superfície clara mais forte da dobra é o botão (ou um rosto cujo olhar aponta para ele). Luz de cima ou da esquerda.

POR QUÊ Na sala escura, uma única luz entra e revela uma mão que fica firme (seção 05). Dois focos dividem o olhar e tiram o botão do centro da cena.

TESTE Desfoque 12 px a captura da dobra: o primeiro ponto claro é o botão. Conte acentos: até 1 palavra ou 1 título, mais o botão.

ASSIM

SUA EXPERIÊNCIA É UM *diferencial*.

QUERO CONVERSAR SOBRE MINHA TURMA →

Luz do canto superior esquerdo, um acento na palavra que sente e o botão como o ponto mais claro da dobra.

ASSIM NÃO

SUA EXPERIÊNCIA É UM *diferencial*.

QUERO CONVERSAR SOBRE MINHA TURMA

Dois acentos no título e o botão apagado em terracota: o olho para no título e não chega ao pedido.

L6 — TÍTULO É LETREIRO.

O QUE MANDA Archivo em caixa alta, até 6 palavras por título ou por tela. A voz em off entra em uma linha por bloco, nunca em botão, número, preço, instrução, legenda funcional ou texto legal.

POR QUÊ O Brand DNA define o Archivo como voz ativa e a Alga como voz sensível, "uma linha por bloco". Letreiro curto se lê nos dois segundos de um gancho.

TESTE Conte palavras e linhas em itálico. Exceções nomeadas: o título de artigo em forma de pergunta (seção 36) e a composição da tagline (seção 31).

ASSIM

TÉCNICA SEM POSICIONAMENTO É *invisível*.

Cinco palavras, uma em voz em off, em uma linha. É o hero da persona Bruno (seção 31).

ASSIM NÃO

Venha descobrir como a técnica certa pode *mudar a forma como o mercado enxerga o seu trabalho*

Dezessete palavras em caixa mista e a voz em off ocupando duas linhas: vira parágrafo, e parágrafo não é letreiro.

06.5

A forma e o ritmo: L7 e L8

Duas formas e três tipos de tela. É pouco de propósito: a contenção é o que faz a marca parecer cinema e não modelo pronto.

L7

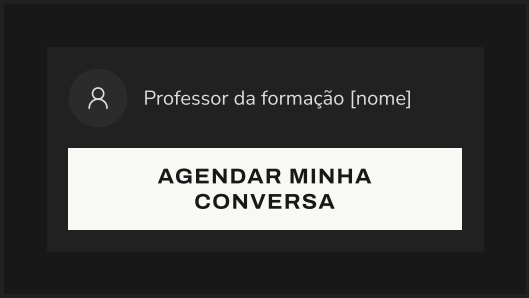
DUAS FORMAS, NENHUMA NO MEIO.

O QUE MANDA Só o retângulo (raio 0) e o círculo (raio 50%). A única pílula do sistema é a Assinatura de Produto do Pro. Nenhuma sombra decorativa: a elevação é feita por tom (Sala, Bastidor, Coxia).

POR QUÊ Os três círculos da trilha (slide 30) e o corte reto da sala são as duas formas da marca. O botão reto é o letreiro aceso; a pílula fica reservada à assinatura do Pro (slide 37). O teste do botão reto contra a pílula está previsto e pode reabrir a regra [P 9].

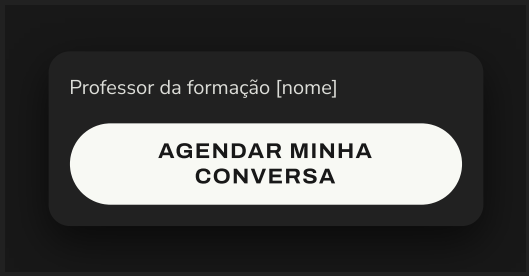
TESTE Inspecione o arredondamento de canto e a sombra: só 0, 50% ou a pílula nomeada; sombra só no contorno de foco.

ASSIM



Cartão reto em Bastidor, avatar em círculo, botão reto. A elevação vem do tom, não da sombra.

ASSIM NÃO



Canto arredondado, sombra projetada e botão em pílula: três formas que a marca não tem.

L8

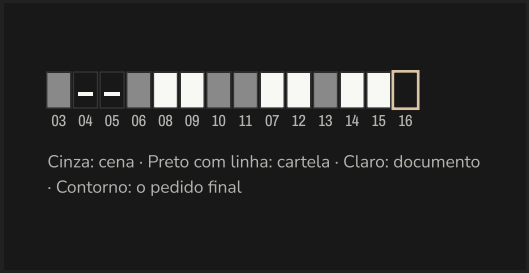
MONTAGEM COM RITMO.

O QUE MANDA Toda sequência (carrossel, landing page, VSL, régua de e-mails) alterna cena (imagem), cartela (texto sobre preto) e documento (leitura ou prova). Nunca três do mesmo tipo seguidos; o fim é sempre um pedido.

POR QUÊ A marca é "sempre em movimento, nunca com pressa" (Brand DNA). A alternância dá respiro a quem rola e prepara o único pedido do fim.

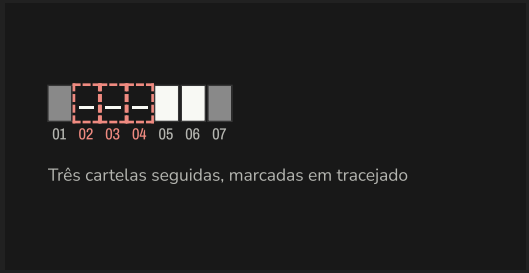
TESTE Rotule cada tela ou seção como cena, cartela ou documento; três iguais seguidas reprovam.

ASSIM



A ordem da landing page do Start, componente a componente (seção 34): nunca três iguais seguidos, e a última tela é o único pedido.

ASSIM NÃO



Três cartelas em sequência: o carrossel vira um texto quebrado em telas, e não há pedido no fim.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura v1 e estudos de apoio, GrowAI, out/2026; Brand DNA da The VOID, set/2026 (seções 1, 3, 8 e 9); Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 10, 30 e 37).

07

AS LEIS

NADA SAI SEM *conferir*.

Trinta e cinco perguntas de sim ou não, em cinco grupos. Um único "não" devolve a peça; o resumo copiado vai junto com o arquivo para quem aprova.

EM UM MINUTO

- Quem produz responde antes de mandar para aprovação; quem aprova confere o resumo, não a peça inteira de novo.
- Marque quando a resposta é sim, ou quando o item não se aplica: a condição vem escrita no começo do item ("Se há preço...").
- O resumo sai pronto para colar no card, no e-mail ou no grupo, com o que falta listado item a item.
- Nada fica salvo: a lista recomeça a cada peça, de propósito.

07.1

Conferir uma peça

Escreva o nome da peça, escolha a etapa da jornada e a persona, e responda os cinco grupos. O placar e o resumo atualizam a cada marcação.

PEÇA

Ex.: Reels de topo, aula experimental, out/26

ETAPA

M1 · Lead

PERSONA

Gabriel (Start)

MARCA

0 DE 8

- [ ] O logotipo é o arquivo oficial, preto ou branco, nunca redigitado nem recolorido.
- [ ] O logotipo tem 1 X livre em volta e está acima do mínimo (24 px de altura no horizontal, 80 px no vertical).
- [ ] O logotipo nítido aparece uma vez só na peça (o Eco do VOID não conta).
- [ ] Se há selo: tem 96 px ou mais (completo só a partir de 200 px), é de um produto e não está sobre rosto.
- [ ] A grafia é TATTOO, com dois T, em todo texto, legenda e nome de arquivo.
- [ ] No máximo três recursos assinatura (o Grão conta como um) e nunca dois dispositivos de cinema na mesma peça estática.
- [ ] Só retângulo e círculo; nenhuma sombra decorativa (L7).

- [ ] Se há tagline: o contexto é de peso (home, lançamento de turma, boas-vindas da matrícula. Formatura com Pele, campanha

VOZ

0 DE 7

- [ ] A persona e a crença falsa que a peça ataca cabem numa linha escrita (L1).
- [ ] Um só pedido: todos os botões levam ao mesmo destino, com o mesmo rótulo da biblioteca de rótulos.
- [ ] Título em caixa alta com até 6 palavras; a voz em off ocupa uma linha e não está em botão, número, preço ou instrução (L6).
- [ ] Vocabulário dentro do território: nenhuma palavra da lista "fora" (seção 31).
- [ ] Zero travessão em título, legenda, assunto de e-mail e texto alternativo.
- [ ] Copy pública em português, e nenhum concorrente citado, nem por insinuação.
- [ ] A última linha é uma frase completa, sem oferta, que dá para repetir de memória depois de uma leitura.

PROVA

0 DE 5

- [ ] Todo número, depoimento ou avaliação tem Crédito de Prova completo: o que mede, recorte, data, fonte e marca de origem (L2).
- [ ] Nenhum superlativo e nenhum claim da lista proibida (seção 33).
- [ ] Se há prova de resultado: a frase "Resultados individuais variam conforme prática e dedicação." está na peça.
- [ ] Se há depoimento: é real, autorizado, sem edição que mude o sentido, com a frase-modelo de depoimento.
- [ ] Nenhum dado marcado "em validação" na versão que vai ao ar.

CONFORMIDADE

0 DE 10

- [ ] Autorização de imagem por escrito de cada pessoa identificável, cobrindo o canal da peça (orgânico, site ou anúncio pago).
- [ ] Se há procedimento: biossegurança visível (luva, filme plástico, material de uso único, descarte).
- [ ] Nenhum menor de 18 anos como modelo ou em procedimento; mídia paga com público de 18 anos ou mais.
- [ ] Nenhuma promessa de renda com número ou prazo, e nada de "garantido" como resultado.
- [ ] Nenhuma menção a MEC, diploma, curso técnico, habilitação ou credenciamento.
- [ ] Se há preço: valor total, parcelas e condições iguais às do checkout.
- [ ] Se há vagas ou prazo: são reais e saem da Barra de Turma ligada ao calendário.
- [ ] Se é venda pela internet: o direito de arrependimento de 7 dias está informado.
- [ ] O texto não presume condição pessoal de quem lê (dívida, renda, saúde).
- [ ] Anúncio e página de destino fazem a mesma promessa.

ACESSIBILIDADE

0 DE 5

- [ ] Todo par de cor está na tabela de contraste (seção 14); texto sobre foto conferido no pixel mais claro (L3).
- [ ] O campo escuro ocupa 60% ou mais (L4) e, na dobra, o ponto mais claro é o botão (L5).

- [ ] Alvo de toque de 44 por 44 px, foco visível e estados com ícone e palavra.
- [ ] Se há vídeo: legenda queimada no vertical e arquivo de legenda revisado.
- [ ] Texto alternativo em frase de até 125 caracteres, sem começar por "imagem de".

0 de 35

Volta para ajuste: 35 itens ainda sem "sim".

RESUMO PARA COLAR

```
Checklist de aprovação · The VOID
Peça: (sem nome)
Etapa: M1 · Lead · Persona: Gabriel (Start)
Resultado: VOLTA PARA AJUSTE (0 de 35)

Faltam:
- [Marca] O logotipo é o arquivo oficial, preto ou branco, nunca redigitado nem recolorido.
- [Marca] O logotipo tem 1 X livre em volta e está acima do mínimo (24 px de altura no horizontal, 80 px no vertical).
- [Marca] O logotipo nítido aparece uma vez só na peça (o Eco do VOID não conta).
- [Marca] Se há selo: tem 96 px ou mais (completo só a partir de 200 px), é de um produto e não está sobre rosto.
- [Marca] A grafia é TATTOO, com dois T, em todo texto, legenda e nome de arquivo.
- [Marca] No máximo três recursos assinatura (o Grão conta como um) e nunca dois dispositivos de cinema na mesma peça estática.
- [Marca] Só retângulo e círculo; nenhuma sombra decorativa (L7).
- [Marca] Se há tagline: o contexto é de peso (home, lançamento de turma, boas-vindas da matrícula, Formatura com Pele, campanha
institucional) e ela aparece uma vez.
- [Voz] A persona e a crença falsa que a peça ataca cabem numa linha escrita (L1).
- [Voz] Um só pedido: todos os botões levam ao mesmo destino, com o mesmo rótulo da biblioteca de rótulos.
- [Voz] Título em caixa alta com até 6 palavras: a voz em off ocupa uma linha e não está em botão, número, preço ou instrução
```

RECOMEÇAR A LISTA

07.2

O que trava na hora

Cinco respostas "não" que nenhum prazo justifica. Com elas, a peça não vai nem para a revisão de arte.

Promessa de renda com número ou prazo, ou menor de 18 anos em procedimento: a peça não sai, sem exceção. Nenhuma validação libera esses dois casos (seção 33).

[P 20] Menção a credenciamento de ensino: a peça volta antes de qualquer outra conversa e só sai com validação de advogado.

[P 22] Foto sem autorização por escrito para o canal: a peça espera a autorização ou troca a imagem. Banco de imagem e imagem gerada nunca substituem a foto real.

[P 15] Número sem registro arquivado: sai da peça. Nunca vira zero e nunca vai com colchete.

[P 8] Página de destino sem razão social e CNPJ no rodapé: falta um item obrigatório das regras de prova (seção 33), e a página espera o dado.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura v1 e estudos de apoio, GrowAI, out/2026; Brand DNA da The VOID, set/2026 (seção 8, checklist antes de publicar).

PARTE III · MARCA · SEÇÕES 08 A 12

A *marca*

08 O logotipo
09 Área de proteção, mínimos e fundos
10 Usos proibidos
11 Os selos
12 Arquitetura de marca e co-assinatura

08

MARCA

O LOGOTIPO É *desenho*.

Três desenhos (horizontal, vertical e de produto), cada um em preto e em branco oficiais, sempre pelo arquivo. O VOID é letreiro ajustado à mão e nenhuma fonte o reproduz.

EM UM MINUTO

- Use sempre os arquivos da pasta de marca do repositório; nunca digite THE VOID em fonte nenhuma.
- O horizontal (THE VOID® TATTOO) é a assinatura padrão; o vertical (TATTOO ACADEMY) entra em avatar, capa e peças altas.
- Os logotipos de produto trocam só o descritor: START, MASTER ou PRO, na mesma letra e na mesma altura do TATTOO.
- Preto `#000000` e branco `#FFFFFF` são as únicas versões oficiais. A cor da marca mora no selo e no campo, nunca no logotipo.

08.1

Os desenhos oficiais

Todos vieram da pasta "Nova IDV" entregue pela aureadesign, em contornos, sem texto vivo. Cada arquivo tem quatro partes: VOID, THE, ® e o descritor.

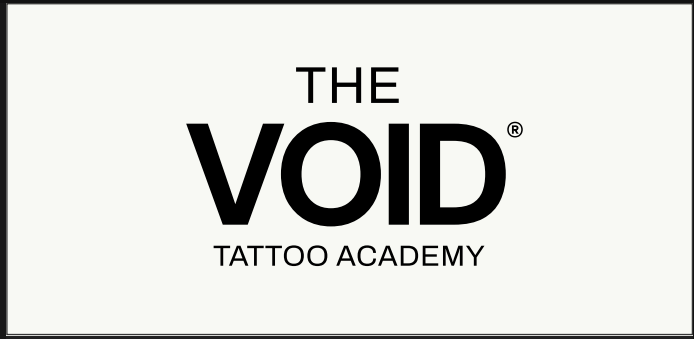
THE VOID® TATTOO

Horizontal, branco
`svg/void-horizontal-branco.svg`
3804 por 579 · a assinatura padrão sobre Sala

THE VOID® TATTOO

Horizontal, preto
`svg/void-horizontal-preto.svg`
3804 por 579 · sobre Tela, Branco, Cinza 100, Areia e Névoa

Vertical, branco
`svg/void-vertical-branco.svg`
1937 por 1057 · THE / VOID® / TATTOO ACADEMY



Vertical, preto
`svg/void-vertical-preto.svg`
1937 por 1057 · avatar, capa de PDF, peças altas

Start
`svg/void-start-*.svg`
3620 por 579

Master
`svg/void-master-*.svg`
3894 por 579

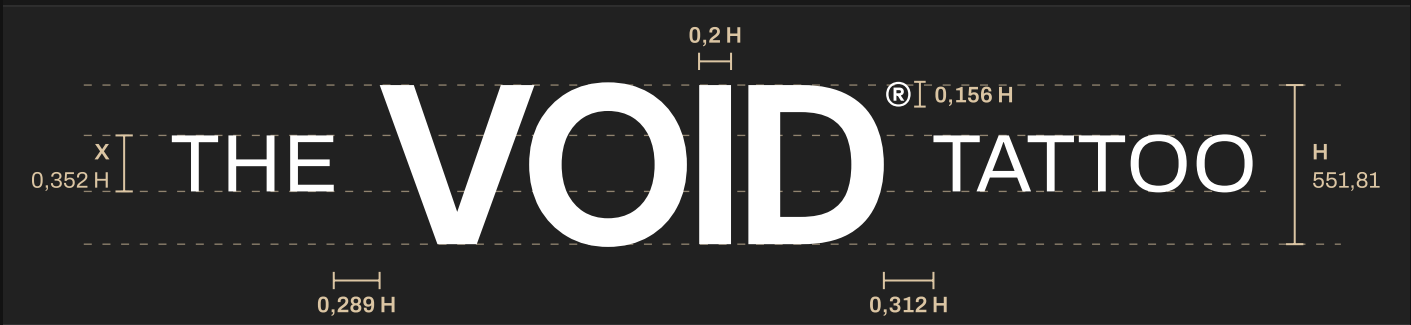
Pro
`svg/void-pro-*.svg`
3745 por 578

Cada desenho existe também em PNG de alta resolução, PNG para web e WebP com fundo transparente (pastas `png/alta`, `png/web` e `webp`). Use SVG na web e em vídeo; PNG só onde o programa não aceita vetor.

08.2

A construção, medida no vetor

A unidade é H, a altura das maiúsculas do VOID. Tudo no logotipo se relaciona com ela, e a área de proteção (seção 09) sai daqui.



DESLIZE O DIAGRAMA PARA VER TODAS AS COTAS

HORIZONTAL, 3804 POR 579 UNIDADES

MEDIDA	VALOR NO VETOR	RELAÇÃO
H, maiúsculas do VOID	551,81	1 H
Haste do I e do D	110,36	0,2 H

MEDIDA	VALOR NO VETOR	RELAÇÃO
X, maiúsculas do THE e do TATTOO	194,22	0,352 H; cerca de um terço da altura do arquivo
Altura do ®	85,93	0,156 H, alinhado ao topo do VOID, a 8 unidades do D
Vão do THE ao V	159,37	0,289 H
Vão do D ao TATTOO	172,10	0,312 H (o ® mora nesse vão)
Largura do VOID	1748,49	3,17 H

VERTICAL E LOGOTIPOS DE PRODUTO

MEDIDA	VALOR NO VETOR	REGRA
Vertical: THE e VOID	X = 184,14; H = 523,17	Mesma relação de 0,352 H do horizontal
Vertical: TATTOO ACADEMY	103,5	0,198 H
Vertical: respiros entre linhas	107,5 e 109,0	Cerca de 0,2 H, a largura da haste do I
Produto: START, MASTER, PRO	194,22	Mesma letra e mesma altura do TATTOO
Produto: vão do D ao descritor	191,1	Um pouco maior que no TATTOO (172,1)

08.3

Por que nunca redigitar

O THE e o TATTOO são Archivo de peso 400. O VOID não é: é um letreiro desenhado a partir do Archivo e ajustado letra a letra.

O VOID tem peso perto de 650 e largura perto de 97,5, com o V mais largo, o D mais estreito e as letras bem mais juntas que em qualquer fonte: o V e o O chegam a se sobrepor 18,5 unidades, o O e o I ficam a 42,7 e o I e o D a 60,2. O Archivo mais pesado e mais largo que existe coincide com só 48% do desenho. Digitado, o logotipo vira outra marca, mesmo que pareça igual de longe.

ASSIM

THE VOID® TATTOO

O arquivo oficial, com o texto alternativo "The VOID Tattoo Academy" (nos de produto, "The VOID Start", "The VOID Master", "The VOID Pro").

ASSIM NÃO

THE VOID® TATTOO

O mesmo nome digitado em Archivo: espaçamento aberto, pesos errados, ® solto. É o erro mais comum e o mais caro.

HTML

```
<img src="assets/brand/svg/void-horizontal-branco.svg" width="158" height="24" alt="The VOID Tattoo Academy">
<img src="assets/brand/svg/void-start-branco.svg" width="150" height="24" alt="The VOID Start">
```

```
<img src="assets/brand/svg/void-master-branco.svg" width="161" height="24" alt="The VOID Master">
<img src="assets/brand/svg/void-pro-branco.svg" width="156" height="24" alt="The VOID Pro">
```

Medidas acima no tamanho mínimo de tela (24 px de altura). Em peça de redes, o horizontal branco entra com 300 u de largura no rodapé.

08.4

Preto e branco, e mais nada

O cinza entra na marca só como Eco do VOID, o logotipo ampliado e desfocado atrás da cena (seção 21). Nunca como cor de assinatura.

VERSÕES DE COR DO LOGOTIPO

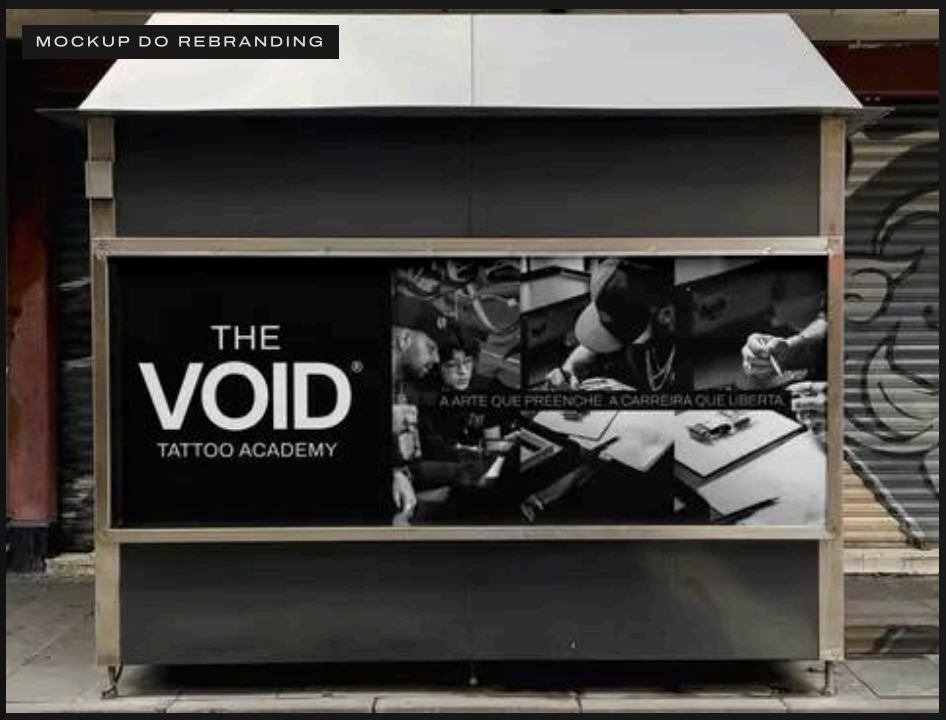
VERSÃO	USO	STATUS
Branco `#FFFFFF`	Oficial. Sobre Sala, Nanquim, Bastidor, Coxia, campos de produto e foto com véu	DECIDIDO
Preto `#000000`	Oficial. Sobre Tela, Branco, Cinza 100, Areia e Névoa	DECIDIDO
Grafite `#181818` e offwhite `#F8F9F4`	Só uso interno e técnico (favicon, avatar, placa de e-mail): trocam apenas o preenchimento	PENDENTE

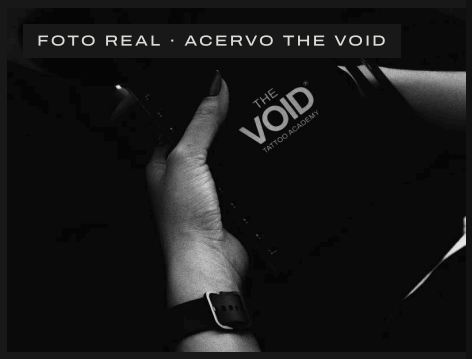
[P 11] Uso das versões grafite e offwhite no lugar das oficiais, com a The VOID e a aureadesign. Até a validação, peça pública sai só em preto ou branco.

08.5

O logotipo no mundo

O desenho na escola e nas aplicações do rebranding: letreiro de estande, caderno, banca, boné, moletom e lambe-lambe. Em todas, o logotipo entra inteiro, em preto ou branco, e é a única marca nítida da cena.





Fotos reais: acervo The VOID (letreiro do estande na convenção; caderno da escola). Mockups: aplicações do rebranding da aureadesign, 2025, autorizadas pela The VOID. O mockup mostra a intenção; a peça produzida segue as medidas desta seção e da seção 09.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura v1 e estudos de apoio, GrowAI, out/2026; medidas do arquivo marca.json do repositório; vetores da pasta "Nova IDV", aureadesign, 2025.

09

MARCA

RESPIRO, MÍNIMO E *fundo*.

Quanto espaço o logotipo e o selo pedem, de que tamanho para baixo eles deixam de existir e sobre quais fundos podem entrar.

EM UM MINUTO

- Área de proteção: 1 X livre em todos os lados do logotipo (X é a altura das maiúsculas do THE); 12,5% do diâmetro em volta do selo.
- Mínimos de tela: 24 px de altura no horizontal e nos de produto, 80 px no vertical, 200 px no selo completo e 96 px no selo simples.
- Abaixo de 96 px não existe selo: entra o Rótulo de Produto em texto. Abaixo do mínimo do logotipo, o favicon.
- Branco oficial sobre o escuro e os campos de produto; preto oficial sobre os claros; nunca sobre Terracota, Ouro Velho ou Caramelo.

09.1

Área de proteção

Medida a partir do desenho, não da caixa do arquivo. No horizontal, X vale 194 unidades, cerca de um terço da altura do arquivo. Diagramas gerados pelo motor de formas com as medidas do marca.json.

PROPOSTA A apresentação de rebranding não define área de proteção nem tamanhos mínimos. Os valores desta seção foram derivados dos vetores pela GrowAI e aguardam validação.

[P 11] Área de proteção e tamanhos mínimos, com a The VOID e a aureadesign.

HTML

```
<div data-vforms='{"forma":"area-protecao","versao":"horizontal"}'></div>
<div data-vforms='{"forma":"area-protecao","versao":"selo","produto":"pro"}'></div>
```

09.2

Tamanhos mínimos, em tamanho real

Os desenhos abaixo estão exatamente no mínimo de tela. Abaixo disso, a haste do THE passa de 1 px e o texto dos selos deixa de ser lido.

24 px
horizontal e de produto

80 px
vertical

96 px
selo simples

200 px
selo completo

Favicon
abaixo do mínimo do logotipo

THE VOID MASTER

Rótulo

pedido de selo com 72 px: o motor devolve o texto

MÍNIMOS DE TELA E DE IMPRESSÃO

PEÇA	TELA	IMPRESSO	CRITÉRIO
Horizontal e de produto	24 px de altura (cerca de 158 px de largura)	6 mm de altura	Haste do THE com 1 px e maiúscula do THE com 8 px; no impresso, 2 mm
Vertical	80 px de altura (cerca de 147 px de largura)	16 mm de altura	TATTOO ACADEMY com maiúscula de 7,8 px; no impresso, 1,5 mm
Selo completo	200 px de diâmetro	40 mm	TATTOO e ACADEMY têm cerca de 2,9% do diâmetro; abaixo disso, selo simples
Selo simples	96 px	20 mm	Texto circular com cerca de 6,5% do diâmetro; abaixo disso, não existe selo
Abaixo dos mínimos	Favicon (O do VOID) ou Rótulo de Produto	Rótulo de Produto	Barra fixa e lower third nunca levam selo

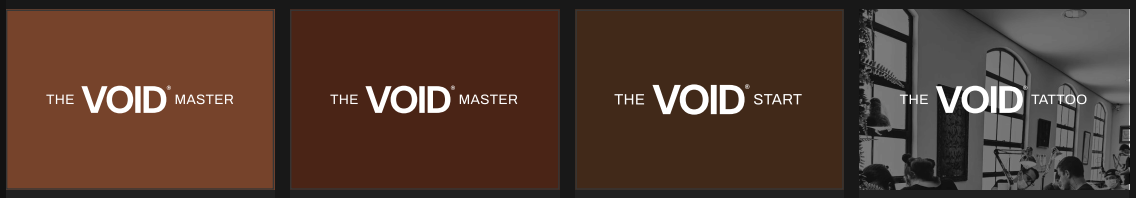
09.3

Fundos permitidos

Logotipo e selo são isentos do critério de contraste de texto (as diretrizes de acessibilidade excluem logotipos), por isso o branco oficial fica sobre o Campo Start, como no slide 31. Mesmo assim, há fundos onde nenhum dos dois oficiais fica firme.

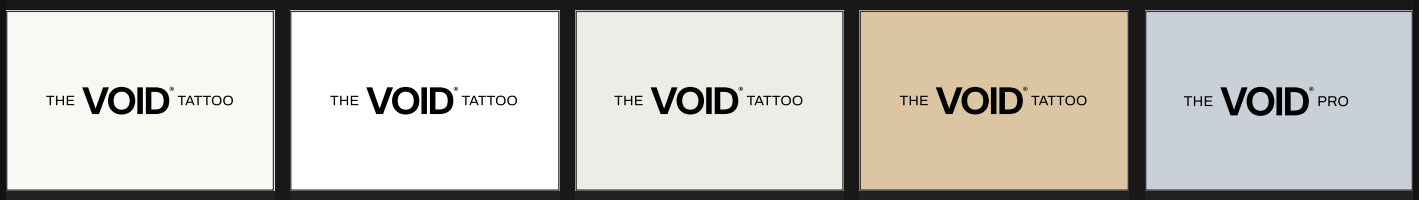
Branco oficial

Pode · Sala | Pode · Nanquim | Pode · Bastidor | Pode · Coxia | Pode · Campo Start



Pode · Campo Master | Pode · Terracota Noite | Pode · Café | Pode · foto com véu de 55% ou mais

Preto oficial



Pode · Tela | Pode · Branco | Pode · Cinza 100 | Pode · Areia | Pode · Névoa

Nunca

Nunca · Terracota: os dois oficiais ficam ambíguos

Nunca · Ouro Velho

Nunca · Caramelo

Nunca · foto sem véu

Nunca · textura que atravessa o desenho

Sobre foto, o véu de 55% é calculado no pior pixel possível, o branco puro (seção 22). O Grão do Vazio nunca vai por cima do logotipo. Os dois quadros de foto usam a sala da escola, com as janelas em arco (foto: acervo The VOID): sem véu, o branco da janela engole o logotipo.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura v1 e estudos de apoio, GrowAI, out/2026; medidas do arquivo marca.json do repositório; Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slide 31).

10

MARCA

DOZE JEITOS DE *errar*.

Os erros mais comuns em peças e apresentações, desenhados para serem reconhecidos de longe. Qualquer um deles devolve a peça.

EM UM MINUTO

- O logotipo não muda: nem fonte, nem cor, nem efeito, nem proporção, nem ângulo.
- O descritor só existe nos arquivos oficiais; qualquer outro nome entra pela co-assinatura (seção 12).
- A grafia é sempre TATTOO, com dois T, inclusive em legenda, nome de arquivo e texto alternativo.
- Um logotipo nítido por peça. O Eco do VOID, desfocado ao fundo, não conta. Sobre foto: só com véu, nunca sobre rosto.

10.1

A galeria dos erros

Cada quadro é o erro aplicado ao arquivo oficial, nunca uma imitação dele. Os exemplos ficam marcados como proibidos e não podem ser copiados para peça alguma.

THE VOID® TATTOO

01 · REDIGITAR
THE VOID digitado em qualquer fonte, inclusive no Archivo.

THE VOID® TATTOO

02 · RECOLORIR
Terracota, ocre, cinza ou qualquer cor. A cor mora no selo e no campo (decisão na seção 36.4).

THE VOID® TATTOO

03 · GRADIENTE
Nenhum gradiente de cor existe no sistema, muito menos dentro do logotipo.

THE VOID® TATTOO

04 · CONTORNO
O logotipo vazado, só com o contorno, está vetado.

THE VOID® TATTOO

05 · SOMBRA E BRILHO
Nem sombra, nem brilho, nem luz neon em volta.

THE VOID® TATTOO

06 · DISTORCER
Esticar ou achatar. A largura nunca muda fora da proporção do

THE VOID® TATTOO

07 · GIRAR
O logotipo fica sempre na horizontal, inclusive em peça

THE VOID® TALKS

08 · DESCRITOR DIGITADO
Trocar o descritor por texto montado à mão. Outros nomes

arquivo.

vertical.

entram pela co-assinatura.

THE VOID® TATTOO

TATTOO ACADEMY

VOID®

THE VOID TATTOO

THE VOID TATTOO

09 · SELO NO LUGAR DO O

Montagem feita à mão sobre o arquivo. Só existe com arquivo composto e aprovado [P 10].

10 · GRAFIA SEM O SEGUNDO T

Sempre TATTOO, com dois T, em qualquer texto (decisão na seção 36.4).

11 · CORTAR O ®

No Corte do Logo, a borda passa entre letras inteiras; o ® nunca é cortado.

12 · LOGOTIPO DUAS VEZES

Dois logotipos nítidos na mesma peça. Um assina; o Eco, desfocado, pode acompanhar.

Também fica fora: o logotipo antigo, serifado, inclusive em pôster ao fundo de uma foto; e o logotipo em cinza como assinatura. O cinza só entra como Eco do VOID (seção 21).

10.2

A marca sobre foto

A maior parte das peças da The VOID é foto. Três decisões resolvem quase todos os casos: onde a foto é escura, onde está o rosto e se a cena já tem um logotipo.

ASSIM

Logotipo branco no terço de baixo, sobre a parte escura da foto, com véu de 62% a 78% medido no pior pixel. A luz da cena fica livre.

ASSIM NÃO

Logotipo branco direto sobre a janela clara, sem véu: o desenho some e a peça perde a assinatura.

ASSIM

O rosto e a mão em ação ficam livres. A assinatura vai para o pé da peça, sobre o véu, longe do olhar.

ASSIM NÃO

Logotipo sobre o rosto. Nem logotipo nem selo entram sobre rosto, em nenhum tamanho.

ASSIM

Quando a foto já mostra o letreiro da escola, ela assina sozinha. Crédito e texto entram na legenda.

ASSIM NÃO

Assinatura somada ao letreiro da foto: dois logotipos nítidos na mesma peça (erro 12).

Fotos: acervo The VOID. Os quadros "assim não" estão marcados como proibidos e não podem ser copiados para peça alguma.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura v1 e estudos de apoio, GrowAI, out/2026; Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 13, 33, 34, 38 e 41).

11

MARCA

O SELO É *conquista*.

Cada formação tem um selo completo e um simples, na cor do produto. O selo é onde a cor da marca mora: o logotipo continua preto ou branco.

EM UM MINUTO

- Selo completo a partir de 200 px; selo simples de 96 a 199 px; abaixo de 96 px, Rótulo de Produto em texto.
- Posição: canto superior direito da peça, ou à direita do logotipo de produto, a 1 X de distância.
- O selo simples do Pro sobre Sala ganha um disco Coxia; o completo não precisa.
- Selo só existe em peça de produto: nunca em peça institucional, sobre rosto ou como "selo de garantia".

11.1

Completo e simples

Os seis arquivos oficiais, renderizados pelo motor de formas com os mínimos aplicados. As cores são as dos vetores, sem ajuste.

Selo completo, 200 px

START
Base Ouro Velho #93693B, faixa de cima Ouro Fundo #734120

MASTER
Base Terracota #B25A32, faixas Terracota Funda e Terracota Viva

PRO
Base Nanquim, faixas Sala e Chumbo, miolo Ardósia #3F4E4F

O completo tem anel branco duplo, THE VOID em arco na faixa de cima (com TATTOO menor), o nome do produto na faixa de baixo (com ACADEMY menor), duas estrelas de quatro pontas no horizonte e o símbolo no miolo. O simples é um

círculo de cor única com VOID TATTOO ACADEMY em volta, o nome do produto entre dois arcos e o símbolo no centro.

Selo simples, 120 px

START
De 96 a 199 px

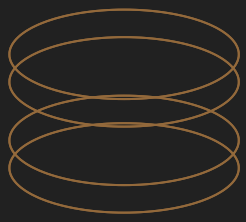
MASTER
De 96 a 199 px

PRO
Com o disco Coxia sobre Sala

11.2

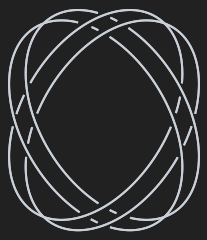
Os símbolos do miolo

Duas faixas elípticas em cada selo, medidas no vetor. Levadas para a composição, viram as Órbitas da Trilha (seção 23).



START · HORIZONTAL
Duas faixas horizontais empilhadas; o conjunto tem cerca de 1,13 de largura para 1 de altura. Leitura: a base.

MASTER · VERTICAL
Duas faixas verticais lado a lado, cerca de 0,89 para 1. Leitura: o crescimento.



PRO · ENTRELAÇADO
Duas faixas com o eixo maior a 32° da vertical, uma por cima e outra por baixo. Leitura: o domínio.

PROPOSTA A leitura base, crescimento e domínio é interpretação da GrowAI; a agência não declarou um significado para os símbolos. Pode ser usada em texto interno e em apresentação, nunca como fato da marca.

11.3

Posição e mínimos

Duas posições possíveis, e uma área de proteção de 12,5% do diâmetro em volta do círculo.

À direita do logotipo de produto

No canto superior direito

Logotipo de produto, 1 X de distância (tracejado) e o selo simples. É a assinatura do Start e do Master; o Pro assina com a pílula da seção 25.

CAMPO DE PRODUTO, MASTER · 1080 POR 1350

MÍNIMOS E ÁREA DE PROTEÇÃO DO SELO

ITEM	TELA	IMPRESSO
Selo completo	200 px ou mais	40 mm ou mais
Selo simples	96 a 199 px	20 a 39 mm
Abaixo de 96 px	Rótulo de Produto em texto ou favicon	Rótulo de Produto
Área de proteção	12,5% do diâmetro em volta	12,5% do diâmetro em volta

11.4

O disco do selo Pro

A base do selo Pro é Nanquim, quase igual à Sala (1,18:1). O simples some no fundo; por isso ganha um disco Coxia com folga de 4% do diâmetro, sem tocar no vetor.

ASSIM

Selo simples do Pro assentado no disco Coxia #2B2B2B. Teste: o contorno do disco precisa ser percebido com a tela a 50% de zoom.

ASSIM NÃO

Sem o disco, a borda do selo se perde na Sala. O selo completo do Pro não precisa de disco: o anel branco externo fica inteiro visível.

11.5

Onde o selo nunca entra

O selo marca uma formação. Fora disso, ele vira enfeite ou promessa, e as duas coisas a marca não faz.

- Girar, recolorir, deformar, sombrear ou animar (selos nunca giram, nem em vídeo).
- Como "selo de garantia" ou "selo de qualidade".
- Sobre rosto, em peça institucional sem produto, na barra fixa da página ou no lower third do vídeo.
- Abaixo de 96 px, em qualquer versão.

GARANTIA DE QUALIDADE

GIRAR
O selo fica sempre de pé.

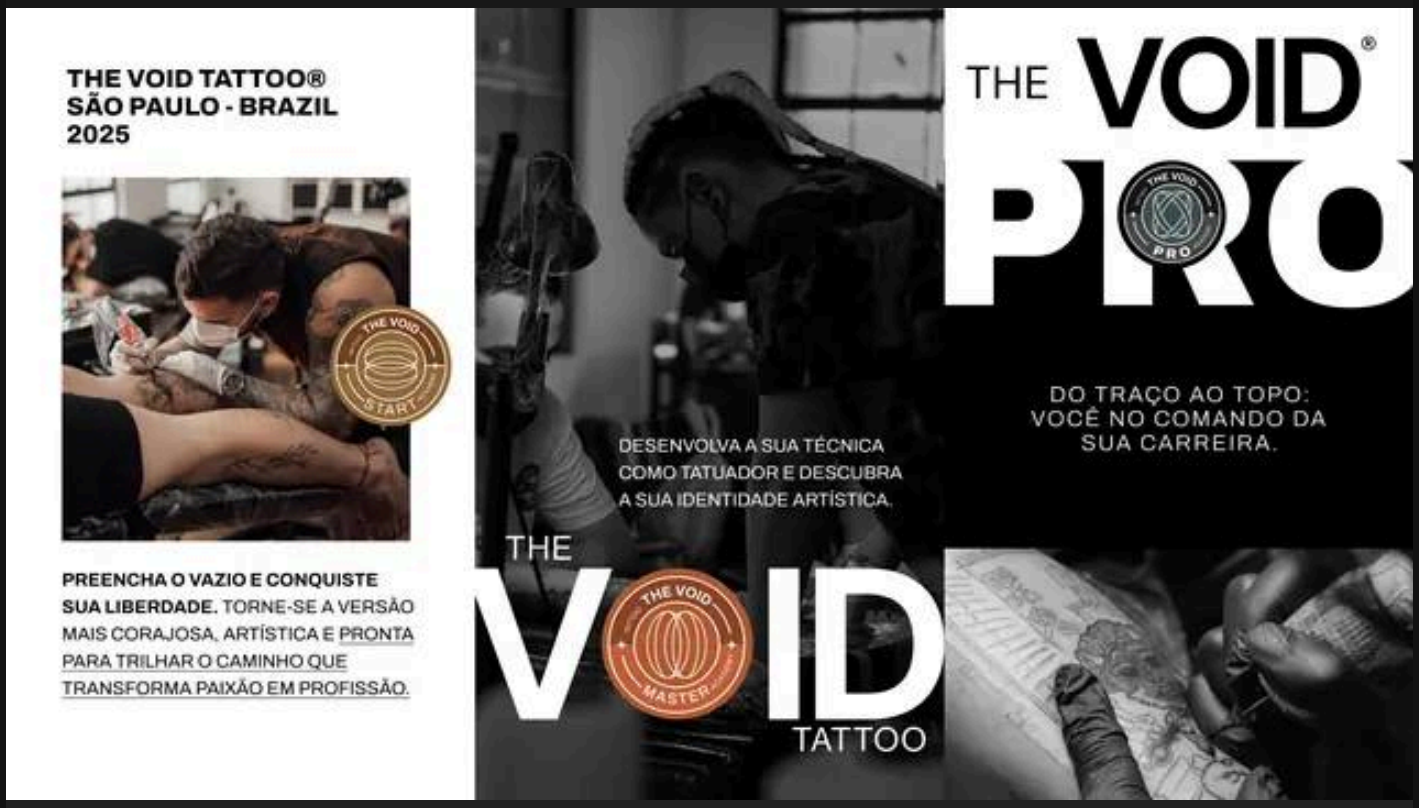
RECOLORIR
Cada selo tem a cor do seu produto, e só ela.

SELO DE GARANTIA
O selo não certifica nada: marca a formação.

11.6

O selo aplicado

Como a aureadesign aplicou os selos no rebranding. A ecobag e o post do Start seguem a regra deste manual; o Master, o Pro e a caixa do Kit Start trazem o selo no lugar do O do VOID, que ainda depende de arquivo composto e aprovado.



GRADE DAS TRÊS FORMAÇÕES

AGUARDA [P 10]

Start com o selo no canto da foto, como pede a regra. No Master e no Pro, o selo ocupa o O do VOID: só depois do arquivo composto e aprovado.

MOCKUP DO REBRANDING

ECOBAG

DENTRO DA REGRA

Logotipo preto inteiro e os selos ao lado, fora do desenho, cada um na cor do seu produto.

MOCKUP DO REBRANDING

CAIXA DO KIT START

AGUARDA [P 10], [P 5] E [P 7]

Selo Start no O do VOID, ano de fundação impresso na tampa e a frase de independência financeira na lateral. Antes de produzir: arquivo do selo aprovado, ano de fundação confirmado, o Kit Start confirmado e a frase fora de peça com tráfego pago.

MOCKUP DO REBRANDING

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura v1 e estudos de apoio, GrowAI, out/2026; medidas do arquivo marca.json do repositório; Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 31 e 37).

12

MARCA

UMA CASA, MUITOS *nomes*.

Quem ganha logotipo, quem ganha selo, quem assina só em texto e como um evento ou a comunidade aparecem ao lado do logotipo sem redesenhá-lo.

EM UM MINUTO

- Só a marca-mãe e as três formações têm desenho próprio. Todo o resto assina em texto ou por co-assinatura.
- Nome canônico: The VOID no texto; The VOID Tattoo Academy em dados estruturados, imprensa, rodapé e primeira menção; a Void só em texto corrido.
- Co-assinatura: logotipo horizontal oficial, fio de 1 px, nome em Archivo 700, tudo medido em X.
- Ritos, Método ARTE e VOIDERS nunca ganham logotipo próprio.

12.1

Os níveis da marca

Do nome da escola ao nome de um material, cada nível tem um jeito de assinar. A coluna da direita mostra a assinatura real de cada um.

MARCA-MÃE

The VOID · The VOID Tattoo Academy · a Void

"The VOID" no texto; "The VOID Tattoo Academy" em dados estruturados, Google, imprensa, rodapé e primeira menção; "a Void" só em texto corrido, no tom coloquial.

Primeira menção em bio, vídeo e release: "The VOID Tattoo Academy, escola de tatuagem na Vila Madalena, em São Paulo".

THE VOID® TATTOO

THE VOID® TATTOO ACADEMY

FORMAÇÕES

The VOID Start · The VOID Master · The VOID Pro

No texto: "formação Start", "formação Master" e "programa Pro". "The VOID" vai na frente na primeira menção da página. Formação, nunca "curso", exceto onde a natureza legal pede "curso livre".

THE VOID® START THE VOID® MASTER THE VOID® PRO

MÉTODO

Método ARTE

Artista, Tatuador, Empreendedor. A sigla é explicada na primeira menção. Nunca ganha logotipo nem selo.

SÓ TEXTO

PORTA DE ENTRADA

Aula experimental

"Aula aberta" como alternativa. Assina com o logotipo do Start, como está no ar, e mostra o selo Start como próxima etapa, sem campo de cor. "Gratuita" é informação, nunca o argumento principal.

THE VOID® START

EVENTOS

The VOID Talks · Convenção The VOID

"The VOID Talks" tem grafia única. Assinam por co-assinatura. Página de evento não traz oferta de formação.

THE VOID® TATTOO | TALKS

RITUAIS

Ritual do Traço · Primeira Pele · Workshop do Estilo · Formatura com Pele

Nome em Título de Seção, a frase do slide na voz em off e o selo da formação do aluno. Nunca logotipo próprio; "na The VOID" na primeira menção pública. Ritos novos só entram depois de aprovados [P 6].

NOME EM LETREIRO + SELO DA FORMAÇÃO

COMUNIDADE

VOIDERS · VOIDER

Plural para a comunidade, singular para a pessoa, sempre em caixa alta. Assina por co-assinatura, sem logotipo próprio.

THE VOID® TATTOO | VOIDERS

MATERIAIS

Business Playbook · Kit Boas-Vindas · Kit Start

Nome em texto, só depois de confirmar que existem [P 7]. Nome de produto, desafio ou evento nunca traz valor em dinheiro.

SÓ TEXTO, APÓS CONFIRMAÇÃO

DESCRITORES PENDENTES

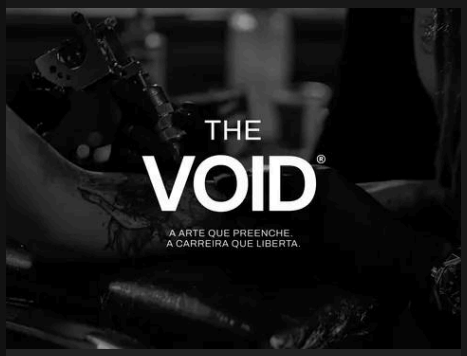
CAST · STUDIO

Aparecem no sistema modular da apresentação (slide 13), mas não vieram como arquivo e não têm uso definido. Não usar até decisão [P 7].

◌ PENDENTE

[P 14] Manter a aula experimental com o logotipo Start (decisão atual) ou passar para o institucional.

A arquitetura aplicada



MARCA-MÃE

CAPA INSTITUCIONAL

Logotipo horizontal branco sobre foto de processo, com véu e a assinatura do manifesto.

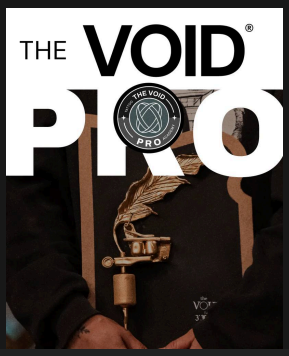
MOCKUP DO REBRANDING

FORMAÇÃO START

POST DE TOPO DO START

Logotipo de produto no pé, sem campo de cor, foto real de aula no alto.

MOCKUP DO REBRANDING



PROGRAMA PRO

CAPA DO PRO

AGUARDA [P 10]

Monocromático, como manda o Pro; o selo no O do VOID depende do arquivo composto.

MOCKUP DO REBRANDING

EVENTOS

CONVOCAÇÃO

Evento assina com o logotipo da casa e, quando tem nome, pela co-assinatura. Sem oferta de formação.

MOCKUP DO REBRANDING

COMUNIDADE · VOIDERS

FORMATURA

A faixa "Parabéns Voiders" é da festa; em peça, VOIDERS entra por co-assinatura. Cor contida (Terra), a única colorida desta grade.

FOTO: ACERVO THE VOID

MATERIAIS

BUSINESS PLAYBOOK

AGUARDA [P 7]

Nome do material em texto, só depois de confirmar que existe. A arte do mockup grafa TATTOO sem o segundo T: corrigir antes de produzir.

MOCKUP DO REBRANDING

12.2

O campo de cada formação

O slide 31 da apresentação, reconstruído com os arquivos oficiais e os tokens: o campo na cor do produto, o logotipo branco, o selo e o nome do produto na voz em off, gigante, a 8%.

REGRA DO CAMPO POR FORMAÇÃO

FORMAÇÃO	CAMPO E TEXTO	LOGOTIPO E SELO
Start	Campo Start `#B5966B`, texto em Sala (6,38:1)	Logotipo branco oficial, como no slide 31; selo Start
Master	Campo Master `#76432B`, texto em Tela (7,61:1); cartela opcional em Terracota Noite	Logotipo branco; selo Master
Pro	Sala com faixa Ardósia ou Chumbo; o Pro é monocromático	Logotipo branco; selo Pro (simples com disco Coxia)

O Campo de Produto é exceção nomeada ao orçamento de cor: no máximo uma tela a cada cinco num carrossel e uma peça a cada seis no feed (seção 15). Os marrons dos campos foram amostrados por pixel no slide 31 e aguardam o arquivo de tokens do cliente [P 4].

12.3

Co-assinatura, medida

O descritor fundido ao logotipo só existe nos arquivos oficiais (TATTOO, TATTOO ACADEMY, START, MASTER, PRO). Qualquer outro nome entra ao lado, separado por um fio.

DESLIZE O DIAGRAMA PARA VER TODAS AS COTAS

THE VOID® TATTOO | TALKS

THE VOID® TATTOO | VOIDERS

THE VOID® TATTOO | CONVENÇÃO

MEDIDAS DA CO-ASSINATURA, EM UNIDADES DO LOGOTIPO HORIZONTAL

PARTE	REGRA	VALOR NO VETOR
Logotipo	Horizontal oficial, branco ou preto, inteiro	3804 por 579
Espaço antes do fio	1 X, medido a partir do fim do TATTOO	194,22
Fio	1 px na cor do texto, com a altura do VOID	de 12,19 a 564
Espaço depois do fio	1 X	194,22
Nome	Archivo 700, largura 112, caixa alta, maiúsculas com a altura das do THE, na mesma linha de base	corpo 283 (maiúscula 194,22), linha de base 381,05

SVG

```
<svg viewBox="0 0 5200 579" role="img" aria-label="The VOID Tattoo, TALKS">
  <image href="assets/brand/svg/void-horizontal-branco.svg" width="3804" height="579"/>
  <path d="M3948.22 12.19V564" stroke="#F8F9F4" stroke-width="1" vector-effect="non-scaling-stroke"/>
  <text x="4142.44" y="381.05" fill="#F8F9F4" font-family="Archivo, Arial, sans-serif"
        font-size="283" font-weight="700" style="font-variation-settings:'wdth' 112">TALKS</text>
</svg>
```

Para outro nome, troque o texto e alargue o `viewBox` pela largura do nome (TALKS ocupa cerca de 1042 unidades; VOIDERS, 1464; CONVENÇÃO, 2130). O corpo 283 vem da maiúscula do Archivo, que mede 0,686 do corpo.

12.4

As frases de identificação

Duas frases literais, iguais em bio, vídeo, release, rodapé e dados estruturados. Copie; não reescreva.

Primeira menção

TEXTO

```
The VOID Tattoo Academy, escola de tatuagem na Vila Madalena, em São Paulo
```

Descrição de uma linha

TEXTO

```
A The VOID Tattoo Academy é uma escola de tatuagem na Vila Madalena, em São Paulo, que forma tatuadores do primeiro traço à carreira profissional.
```

A cidade e o bairro vão sempre na primeira menção porque existem outras marcas chamadas Void, no Brasil e fora dele. As versões de 50 e de 150 palavras da descrição dependem do ano de fundação, ainda em aberto, e ficam na seção 36.

[P 5] Ano de fundação a confirmar com a The VOID. Até a confirmação, nenhuma peça usa "EST", "desde" ou a contagem de anos.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura v1 e estudos de apoio, GrowAI, out/2026; Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 13, 31 e 59 a 63).

PARTE IV · COR · SEÇÕES 13 A 16

A *cor*

13 Paleta e papéis
14 Contraste calculado
15 Orçamento de área e regra por produto
16 Modo Leitura

13

COR

UMA SALA, *uma luz*

A paleta tem um nome por valor e um papel para cada nome. O escuro é o campo onde tudo acontece, a Tela é a luz que entra nele, e as terras e a terracota são a cor que a pessoa conquista quando entra numa formação.

EM UM MINUTO

- Sala `#181818` é o campo da marca. Nanquim `#000000` é só logotipo, base do selo Pro e barra de vídeo, nunca campo de página.
- No escuro, o texto tem quatro intensidades sólidas da Tela: Tela para título e botão, Cal para corpo longo, Pó para apoio e Fumaça para auxiliar de 14 px ou mais. Nada abaixo disso é texto.
- Terracota Luz `#DE8C66` é a única terracota para texto pequeno no escuro. Os campos Start e Master só aparecem em peça de produto.
- Estado sempre leva ícone e palavra. Os marrons amostrados por pixel do slide 27 continuam marcados até o arquivo de tokens do cliente chegar [P 4].

13.1

O campo e a luz

As duas cores que fazem a marca. Embaixo de cada campo estão os pares que já foram calculados para ele; o cálculo completo está na seção 14.

CAMPO DA MARCA

SALA

#181818 · RGB 24 24 24 · `--sala`

Site, landing page, post, story, VSL, área de membros, cabeçalho e rodapé de e-mail. No Modo Leitura vira a cor do texto. É o preto do slide 27 e da faixa do selo Pro, e por isso substitui o #1A1A1A antigo do Brand DNA.

A Tela 16,78	A Cal 13,00	A Areia 10,59	A Pó 8,61	A Terracota Luz 6,81	A Terracota 3,72 só grande

A LUZ E A PÁGINA DE LEITURA

TELA

#F8F9F4 · RGB 248 249 244 · `--tela`

A luz projetada: título, botão e número de prova no escuro. Vira campo só no Modo Leitura (seção 16), em artigo, e-mail, oferta e impresso. O Brand DNA a chama de respiro, nunca fundo principal de peça de marca.

A Sala 16,78	A Chumbo 8,78	A Ardósia 8,22	A Terracota Funda 6,62	A Penumbra 6,05	A Terracota 4,51 título

Aula na sala de janelas em arco, tratada no preset Ritual. Uma janela, uma luz: o resto da foto cai para o escuro, como a paleta. Foto: acervo The VOID.

A sala de verdade

1 · Tela
o vidro da janela, a luz da cena

MUITO PRÓXIMA
#F8F9F4 · amostra #EAEAEA

2 · Cal

IGUAL A OLHO NU

	o piso onde a janela bate	#DCDDD8 · amostra #DCDCDC
	3 · Pó o piso fora da luz direta	IGUAL A OLHO NU #B4B5B0 · amostra #B4B4B4
	4 · Fumaça a parede do lado da sombra	IGUAL A OLHO NU #898989 · amostra #898989
	5 · Chumbo o piso na penumbra	IGUAL A OLHO NU #474747 · amostra #474747
	6 · Sala a sombra debaixo da cadeira	IGUAL A OLHO NU #181818 · amostra #181818

Cada ponto é a média de um quadrado de 12 por 12 px do arquivo tratado do acervo, comparada ao token mais próximo. "Igual a olho nu" quer dizer que a diferença fica abaixo do que o olho percebe lado a lado; "muito próxima", que só aparece com as duas cores encostadas.

13.2

Neutros: a sala e a luz

Quinze neutros, do preto do arquivo ao branco do arquivo. Clique no HEX para copiar. A etiqueta diz de onde o valor veio: vetor oficial, slide da Plataforma de Branding ou derivado pela GrowAI para completar a escala.

O escuro, em ordem de elevação

Nanquim
#000000
RGB 0 0 0
Preto dos SVG do logotipo, base do selo Pro, barras de vídeo. Nunca campo de página.
VETOR OFICIAL

Sala
#181818
RGB 24 24 24
O campo da marca. Texto no Modo Leitura.
SLIDE 27 E SELO PRO

Bastidor
#212121
RGB 33 33 33
Cartão e painel sobre Sala, faixa alternada, Barra de Turma.
DERIVADO

Coxia
#2B2B2B
RGB 43 43 43
Cartão ativo, campo de formulário escuro, disco de assentamento do selo Pro.
DERIVADO

Fio
#363636
RGB 54 54 54
Linha divisória no escuro. Só linha.
DERIVADO

Chumbo
#474747
RGB 71 71 71
Faixa inferior do selo Pro; texto forte no claro.
SELO PRO

Penumbra
#5F5F5C
RGB 95 95 92
Legenda no Modo Leitura. No escuro, só decoração.
DERIVADO

Ardósia
#3F4E4F
RGB 63 78 79
Miolo do selo Pro, apoio no Modo Leitura, informação no claro. Nunca texto sobre Sala.
SLIDE 27 E SELO PRO

A luz, em ordem de intensidade

Fumaça

#898989

RGB 137 137 137

Auxiliar de 14 px ou mais no escuro; borda de campo; linha no claro.

SLIDE 27

Pó

#B4B5B0

RGB 180 181 176

Apoio no escuro: Crédito de Prova, legenda, microcopy do botão.

DERIVADO: TELA A 68%

Névoa

#C9D0D8

RGB 201 208 216

Acento frio do Pro no escuro; estado informativo no escuro.

SLIDE 27

Cal

#DCDDD8

RGB 220 221 216

Corpo longo no escuro; botão pressionado.

DERIVADO: TELA A 86%

Cinza 100

#ECEDE7

RGB 236 237 231

Zebra e cabeçalho de tabela no Modo Leitura.

DERIVADO

Tela

#F8F9F4

RGB 248 249 244

A luz: título e botão no escuro; campo do Modo Leitura.

SLIDE 27 E BRAND DNA

Branco

#FFFFFF

RGB 255 255 255

Só o logotipo branco oficial e as linhas dos selos.

VETOR OFICIAL

13.3

A hierarquia de luz no escuro

Em vez de cinzas soltos ou transparências, quatro intensidades sólidas da Tela. Por serem opacas, funcionam igual em e-mail, PDF e vídeo. O número grande é quanto da Tela cada uma carrega; a razão é o contraste sobre Sala.

100 TELA · 16,78:1	**TÍTULO E BOTÃO**
86 CAL · 13,00:1	Corpo longo. Texto claro de leitura demorada cansa a vista quando é branco puro sobre preto; a Cal baixa o brilho sem perder a nitidez e ainda passa de 13 para 1.
68 PÓ · 8,61:1	Apoio, legenda, Crédito de Prova e rodapé, a partir de 13 px.
55 FUMAÇA · 5,08:1	Texto auxiliar de 14 px ou mais. Abaixo de 14 px, use Pó.

<55

PENUMBRA · 2,77:1

Daqui para baixo não é texto: só linha, número decorativo e grafismo.

13.4

Profundidade por tom, nunca por sombra

O sistema não usa sombra decorativa (L7). Uma superfície sobe sobre a outra trocando de tom: Sala, depois Bastidor, depois Coxia. Fio separa quando o tom não basta.

SALA · CAMPO

BASTIDOR · CARTÃO

Cartão de aula, painel, Barra de Turma, faixa alternada de seção.

COXIA · ATIVO

Cartão selecionado, campo de formulário, disco do selo Pro.

A escala tem três degraus e para aí. Um quarto degrau mais claro começaria a parecer cinza de interface genérica e quebraria a L4 (o preto é a sala).

Formulário escuro: campo em Coxia com borda Fumaça de 1 px (5,08:1), raio zero, rótulo visível acima. O foco é o anel Areia de 2 px afastado 3 px; no claro, Sala.

13.5

Quentes: terracota e terras

A família da terracota vem do selo Master; a das terras vem do selo Start e dos marrons do slide 27. A etiqueta em areia marca os valores amostrados por pixel, que dependem do arquivo de tokens do cliente para virar definitivos.

Terracota

Terracota

#B25A32

RGB 178 90 50

Acento quente da marca; base do selo Master; grafismo e título grande do Master.

SLIDE 27 E SELO MASTER

Terracota Viva

#C46039

RGB 196 96 57

Faixa inferior do selo Master; alta luz do duotom Master; palavra de título grande.

SELO MASTER

Terracota Funda

#8C4529

RGB 140 69 41

Faixa superior do selo Master; link e filete no Modo Leitura.

SELO MASTER

Terracota Luz

#DE8C66

RGB 222 140 102

A única terracota de texto pequeno no escuro: link, rótulo, destaque do Master.

DERIVADO

Terracota Noite

#4A2416

RGB 74 36 22

Cartela opcional do Master: campo escuro quente.

DERIVADO

Terras

Areia

#DBC5A3

RGB 219 197 163

Luz quente de texto no escuro (Start e institucional), palavra de destaque, anel de foco.

SLIDE 27 POR PIXEL · P 4

Caramelo

#AE8A64

RGB 174 138 100

Grafismo do Start sobre Sala e sobre Coxia; destaque grande.

SLIDE 27 POR PIXEL · P 4

Ouro Velho

#93693B

RGB 147 105 59

Base do selo Start; grafismo, barra de progresso e seta do botão do Start.

SELO START

Ouro Fundo

#734120

RGB 115 65 32

Faixa superior do selo Start; texto do Start no Modo Leitura.

SELO START

Couro

#6C4327

RGB 108 67 39

Superfície quente secundária: cartão do Start em documento.

SLIDE 27 POR PIXEL · P 4

Café

#412919

RGB 65 41 25

Sombra do duotom Start; cartela escura do Start.

SLIDE 27 POR PIXEL · P 4

Campos de produto e cor de apoio de imagem

Campo Start

#B5966B

RGB 181 150 107

Campo da peça de Start. Texto em Sala; logotipo branco oficial, como no slide 31.

SLIDE 31 POR PIXEL · P 4

Campo Master

#76432B

RGB 118 67 43

Campo da peça de Master. Texto em Tela; logotipo branco oficial.

SLIDE 31 POR PIXEL · P 4

Sombra do duotom Master

#21130C

RGB 33 19 12

Só dentro de imagem tratada em duotom. Não é cor de interface.

SLIDE 35 POR PIXEL

Ave-do-paraíso na panturrilha, trabalho da aluna Isis. Regime cor da arte: a cor real da tatuagem, sem filtro de produto. Foto: acervo The VOID.

As terras estão na pele

1 · Terracota Viva
a pétala laranja da tatuagem

IGUAL A OLHO NU
#C46039 · amostra #CA613A

2 · Areia

PRÓXIMA

	a pele na luz	#DBC5A3 · amostra #D9BCA6
3 · Caramelo	a pele na sombra	MUITO PRÓXIMA #AE8A64 · amostra #B88B6B
4 · Couro	a folha marrom do desenho	IGUAL A OLHO NU #6C4327 · amostra #73462A
5 · Café	o fundo desfocado	IGUAL A OLHO NU #412919 · amostra #432B1D

Cada ponto é a média de um quadrado de 12 por 12 px do arquivo tratado do acervo, comparada ao token mais próximo. "Igual a olho nu" quer dizer que a diferença fica abaixo do que o olho percebe lado a lado; "muito próxima", que só aparece com as duas cores encostadas.

[P 4] Arquivo de tokens e instruções do design system do cliente, com a confirmação dos marrons do slide 27 e dos campos do slide 31. No slide 27, os quatro marrons aparecem rotulados como #181818 por erro; até o arquivo chegar, valem os valores lidos por pixel mostrados aqui.

13.6

Estados: cor, ícone e palavra

Os estados usam tons terrosos, em versão para o escuro e para o claro. A cor nunca trabalha sozinha: o ícone Lucide e a palavra vão junto, sempre. Erro nunca é usado como urgência.

VALIDADO Musgo Luz #9DB79B · 8,19	ATENÇÃO Areia #DBC5A3 · 10,59
CONFIRMADO Musgo #3E6A4B · 5,89	FALTA UM PASSO Âmbar Fundo #7A5418 · 6,38
NÃO DEU CERTO Ferrugem Luz #EF8A80 · 7,29	PARA SABER Névoa #C9D0D8 · 11,41
NÃO DEU CERTO Ferrugem #A8322C · 6,29	PARA SABER Ardósia #3F4E4F · 8,22

Ao lado do erro vem sempre o que fazer ("Não deu certo. Confira o número do WhatsApp com DDD."). Em página do Pro, onde a Névoa também é o acento, o estado informativo nunca aparece sem o ícone `info` e a palavra. A razão de cada estado é contra Sala (escuro) e contra Tela (claro).

13.7

O que sai da paleta

Cores de materiais anteriores ao sistema que não voltam. Nenhuma ganha amostra aqui, de propósito: a lista existe para ser reconhecida e retirada.

FORA DO SISTEMA

O QUE SAI	DE ONDE VEM	NO LUGAR
Verde de botão e vermelho saturado de faixa de urgência	Peças de venda anteriores ao sistema	Botão Letreiro Aceso em Tela; Barra de Turma em Bastidor, ligada ao calendário

O QUE SAI	DE ONDE VEM	NO LUGAR
Âmbar de capa de vídeo	Capas anteriores ao sistema	Areia
Rosa, magenta e ciano	Marca antiga	Paleta terrosa desta seção
Laranja, verde, lilás e gradiente	Deck da agência	Nada: são cores de apresentação, não da marca
Gradiente bege para cobre nos botões	Peças anteriores ao sistema	Botão reto em Tela
Verde do WhatsApp como cor de interface	Botão flutuante	Círculo Sala com fio e glifo em Tela
Logotipo em ocre ou cinza	Assinaturas antigas	Só preto e branco oficiais; o cinza entra como Eco do VOID
Qualquer gradiente de cor	Diversos	Só gradientes de luz: Janela de Luz, Véu e Esfera
Estados em rosa ou azul	Propostas anteriores do sistema	Estados terrosos do bloco 13.6

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 3.1, 3.2, 3.7, 7.3 e 16); Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 27, 31 e 35); vetores oficiais dos selos e do logotipo; Brand DNA da The VOID, set/2026 (seção 9).

14

COR

AA OU *não sai*

Cada par de texto e fundo foi calculado por script, pela fórmula de contraste das diretrizes de acessibilidade para a web (WCAG 2). Par que não está nesta seção não é usado até ser calculado e acrescentado.

EM UM MINUTO

- Texto comum precisa de 4,5 para 1. O limite de 3 para 1 só vale para texto de 24 px ou mais, ou 19 px em peso 700 (L3).
- Três listas: liberados para qualquer texto, liberados com condição e proibidos como texto. Cada cartão recalcula a razão na página e tem botão para copiar o par.
- Texto sobre foto usa o Véu de Leitura, calculado sobre o pior pixel possível, o branco puro. Padrão 70%; mínimo 62% sob texto abaixo de 24 px.
- Logotipo e selos são isentos do critério de texto, por isso o logotipo branco continua sobre o Campo Start.

14.1

Como ler um par

O "Aa" está na cor do texto sobre a cor do fundo. A razão vem com vírgula; o selo diz o nível. Se a razão escrita e a calculada pela página diferirem em mais de 0,01, o cartão ganha moldura tracejada e um aviso.

NÍVEIS USADOS NESTE MANUAL

NÍVEL	RAZÃO	O QUE PODE
AAA	7 para 1 ou mais	Qualquer texto, inclusive corpo longo e legenda de 13 px
AA	4,5 a 6,99 para 1	Qualquer texto, respeitando a nota de uso do par (Fumaça só de 14 px para cima, por decisão de marca)
Com condição	3 a 4,49 para 1, ou no limite e restrito pela marca	Só texto grande, numeral, grafismo ou ícone, como diz cada cartão
Proibido como texto	Abaixo de 3 para 1, ou vetado	Só linha, campo ou decoração

14.2

Liberados para qualquer texto

Quarenta pares com 4,5 para 1 ou mais, agrupados pelo fundo. Use sem consultar ninguém; a nota de uso, quando existe, diz para que o par foi pensado.

Sobre o escuro: Nanquim, Sala, Bastidor e Coxia

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Tela sobre Nanquim
19,85:1 AAA
Barras de vídeo e fundo de logotipo em arquivo.

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Branco sobre Sala
17,76:1 AAA
Logotipo e linhas do selo.

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Tela sobre Sala
16,78:1 AAA
Título, botão, número de prova.

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Tela sobre Bastidor
15,22:1 AAA

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Tela sobre Coxia
13,38:1 AAA

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Cal sobre Sala
13,00:1 AAA
Corpo longo no escuro.

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Cal sobre Bastidor
11,79:1 AAA

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Névoa sobre Sala
11,41:1 AAA
Acento do Pro e estado informativo.

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Areia sobre Sala
10,59:1 AAA
Destaque do Start e do institucional.

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Areia sobre Bastidor
9,61:1 AAA

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Pó sobre Sala
8,61:1 AAA
Apoio, legenda, Crédito de Prova.

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Musgo Luz sobre Sala
8,19:1 AAA
Estado, com ícone e palavra.

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Pó sobre Bastidor
7,80:1 AAA

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Ferrugem Luz sobre Sala
7,29:1 AAA
Estado, com ícone e palavra.

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Pó sobre Coxia
6,86:1 AA

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Terracota Luz sobre Sala
6,81:1 AA
Destaque do Master em texto pequeno.

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Terracota Luz sobre **Bastidor**

6,17:1 AA

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Caramelo sobre **Sala**

5,60:1 AA

Destaque do Start sobre Sala.

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Fumaça sobre **Sala**

5,08:1 AA

Só texto de 14 px ou mais (decisão de marca).

Sobre o claro: Tela, Cinza 100, Névoa e Areia

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Sala sobre **Tela**

16,78:1 AAA

Corpo no Modo Leitura; botão no claro.

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Sala sobre **Cinza 100**

15,08:1 AAA

Zebra do Modo Leitura.

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Sala sobre **Névoa**

11,41:1 AAA

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Sala sobre **Areia**

10,59:1 AAA

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Chumbo sobre **Tela**

8,78:1 AAA

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Ardósia sobre **Tela**

8,22:1 AAA

Apoio no Modo Leitura.

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Terracota Funda sobre **Tela**

6,62:1 AA

Link e filete no claro.

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Âmbar Fundo sobre **Tela**

6,38:1 AA

Estado, com ícone e palavra.

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Ferrugem sobre **Tela**

6,29:1 AA

Estado, com ícone e palavra.

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Penumbra sobre **Tela**

6,05:1 AA

Legenda no Modo Leitura.

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Musgo sobre **Tela**

5,89:1 AA

Estado, com ícone e palavra.

Sobre os campos quentes

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Tela sobre Café
12,76:1 AAA

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Tela sobre Terracota Noite
12,76:1 AAA
Cartela opcional do Master.

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Tela sobre Couro
8,04:1 AAA

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Tela sobre Ouro Fundo
7,92:1 AAA

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Tela sobre Campo Master
7,61:1 AAA
Texto no Campo Master.

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Sala sobre Campo Start
6,38:1 AA
Texto no Campo Start.

Sobre foto com Véu de Leitura

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Tela sobre véu 75%
7,39:1 AAA
Caixa de legenda de vídeo.

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Tela sobre véu 70%
6,22:1 AA
Véu padrão.

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Tela sobre véu 62%
4,68:1 AA
Mínimo sob qualquer texto abaixo de 24 px.

Aa
Texto de exemplo para leitura.

Areia sobre véu 75%
4,66:1 AA
Palavra de destaque na legenda de vídeo.

14.3

Liberados com condição

Abaixo de 4,5 para 1, ou no limite e restritos por decisão de marca. Só valem no tamanho e no uso escritos em cada cartão; fora disso, contam como proibidos.

Aa
SÓ GRANDE

Tela sobre Ouro Velho
4,59:1
COM CONDIÇÃO
Só 19 px em 700, ou 24 px ou mais.

Aa
SÓ GRANDE

Ouro Velho sobre Tela
4,59:1
COM CONDIÇÃO
Título ou rótulo em 600 ou mais, nunca corpo.

Aa
SÓ GRANDE

Tela sobre Terracota
4,51:1
COM CONDIÇÃO
Só 19 px em 700, ou 24 px ou mais.

Aa
SÓ GRANDE

Terracota sobre Tela
4,51:1
COM CONDIÇÃO
Título e numeral, nunca corpo.

Aa

SÓ GRANDE

Terracota Viva sobre Sala

4,29:1

⚠ COM CONDIÇÃO

Só texto grande e ícone.

Aa

SÓ GRANDE

Areia sobre véu 70%

3,93:1

⚠ COM CONDIÇÃO

Só palavra de destaque em título de 24 px ou mais.

Aa

SÓ GRANDE

Tela sobre véu 55%

3,73:1

⚠ COM CONDIÇÃO

Só título de 24 px ou mais.

Aa

SÓ GRANDE

Terracota sobre Sala

3,72:1

⚠ COM CONDIÇÃO

Só título de 24 px ou mais, numeral e grafismo.

Aa

SÓ GRANDE

Ouro Velho sobre Sala

3,66:1

⚠ COM CONDIÇÃO

Só grafismo e texto de 24 px ou mais.

Aa

SÓ GRANDE

Tela sobre véu 48%

3,02:1

⚠ COM CONDIÇÃO

Só título de 32 px ou mais, sobre região da foto já escura e com amostragem conferida.

14.4

Proibidos como texto

Estas cores convivem, mas não como texto sobre este fundo. O cartão diz o único uso permitido da combinação.

Aa

NÃO USAR

Fumaça sobre Tela

3,31:1

⊗ PROIBIDO COMO TEXTO

Só linha e divisória no claro.

Aa

NÃO USAR

Caramelo sobre Tela

3,00:1

⊗ PROIBIDO COMO TEXTO

Só campo.

Aa

NÃO USAR

Penumbra sobre Sala

2,77:1

⊗ PROIBIDO COMO TEXTO

Decoração.

Aa

NÃO USAR

Tela sobre Campo Start

2,63:1

⊗ PROIBIDO COMO TEXTO

No Campo Start o texto é Sala.

Aa

NÃO USAR

Ardósia sobre Sala

2,04:1

⊗ PROIBIDO COMO TEXTO

Só campo e miolo do selo.

Aa

NÃO USAR

Chumbo sobre Sala

1,91:1

⊗ PROIBIDO COMO TEXTO

Só fio decorativo.

Aa

NÃO USAR

Fio sobre Sala

1,47:1

⊗ PROIBIDO COMO TEXTO

Só linha.

Aa

NÃO USAR

Coxia sobre Sala

1,25:1

⊗ PROIBIDO COMO TEXTO

Superfície: disco do selo Pro.

Aa

NÃO USAR

Nanquim sobre Sala

1,18:1

⊗ PROIBIDO COMO TEXTO

A base do selo Pro some na Sala: o selo simples vai sobre o disco Coxia.

O par Tela sobre véu de 48% (3,02) aparece na lista com condição e vale como proibido para qualquer texto abaixo de 24 px. Logotipo e selos são isentos do critério de contraste de texto (as diretrizes excluem logotipos), por isso o logotipo branco oficial continua sobre o Campo Start, como no slide 31.

14.5

O véu sobre a foto mais clara possível

Texto sobre foto é conferido no pior pixel sob o texto. Como a foto pode ter uma área estourada, o cálculo usa branco puro e mistura a Sala por cima na opacidade do véu. Abaixo, a mesma área clara com os cinco véus da tabela.

48% · 3,02

#909090

Só título de 32 px ou mais, sobre região já escura.

55% · 3,73

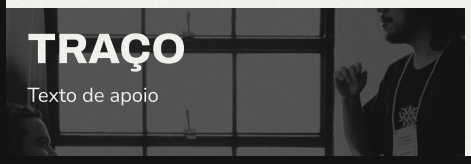
#808080

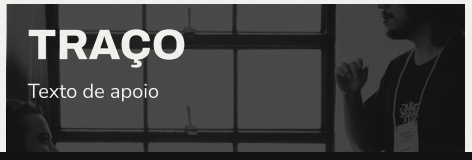
Só título de 24 px ou mais.

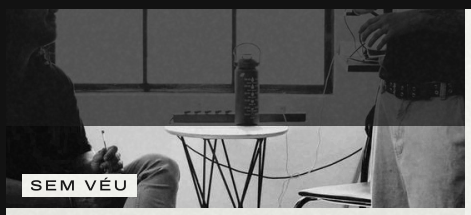
62% · 4,68

#707070

Mínimo sob texto abaixo de 24 px.



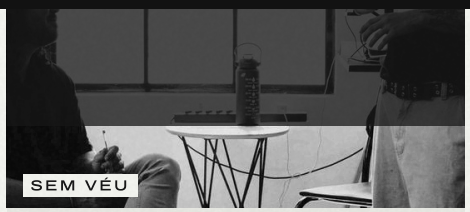




70% · 6,22

#5D5D5D

Padrão de todo véu.



75% · 7,39

#525252

Caixa de legenda de vídeo.

Foto real da escola, ampliada na janela: o ponto mais claro do acervo tratado, quase branco. O véu cobre a área do texto e a faixa de baixo mostra a foto sem véu. O texto riscado está abaixo do mínimo para aquele tamanho. O HEX é a cor que resulta sob o véu quando o pixel da foto é branco puro, o pior caso possível; a janela tratada fica um pouco abaixo disso, então a conta tem folga. Foto: acervo The VOID.

A conta

Cor sob o véu = Sala × opacidade + Branco × (1 menos opacidade), canal por canal. No véu de 70%: 24 × 0,70 + 255 × 0,30 = 93, ou `#5D5D5D`, que dá 6,22 para 1 com Tela por cima.

Antes de publicar, amostre o pixel mais claro debaixo do texto (a ferramenta está no kit de redes) e confira a razão nesta seção. O véu é localizado: degradê do lado do texto, para o rosto e a mão continuarem vivos.

CSS

```
--veu:rgb(24 24 24 / .70);
.veu-esquerda{background:linear-gradient(90deg,
  rgb(24 24 24 / .78) 0%,rgb(24 24 24 / .70) 42%,
  rgb(24 24 24 / 0) 72%)}
.veu-base{background:linear-gradient(0deg,
  rgb(24 24 24 / .78) 0%,rgb(24 24 24 / .70) 38%,
  rgb(24 24 24 / 0) 70%)}
```

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 2 L3, 3.4 e 6.5); cálculo de contraste da especificação, 06/10/2026, pela fórmula de luminância relativa das diretrizes WCAG 2; Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slide 31).

15

COR

A COR SE *conquista*

A cor é medida em área, no mês e em cada peça, e muda de produto com um único atributo. O topo do funil é monocromático; a cor da formação aparece quando a pessoa chega perto dela.

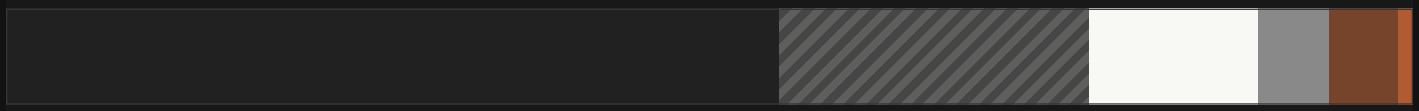
EM UM MINUTO

- No mês, o escuro e a fotografia P&B somam 77% da área; terracota e Areia como acento ficam em 1%.
- Numa peça isolada: institucional até 5% de Terracota ou Areia, Start e Master até 12% da cor do produto, Pro até 8% de Névoa.
- O Campo de Produto é a única exceção: peça inteira na cor, no máximo uma tela a cada cinco num carrossel e uma peça a cada seis no feed.
- O tema troca com `data-estacao`. O logotipo continua preto ou branco em todos; a cor mora no selo, no campo, no grafismo e na seta do botão.

15.1

O orçamento do mês

A régua da revisão mensal de direção de arte. Some a área de tudo que saiu no mês (feed, site, landing pages, e-mails) e compare com a barra. Se a cor de produto ou o acento passarem do teto, o mês está quente demais.



55%
Sala, Nanquim, Bastidor e Coxia

22%
Fotografia P&B tratada (conta como escuro na L4)

12%
Tela: texto claro e Modo Leitura

5%
Névoa, Fumaça, Pó, Ardósia, Chumbo e Fio

5%
Cor de produto: campos, selos e duotons

1%
Terracota e Areia como acento

Na barra, o escuro aparece em Bastidor e a fotografia em hachura só para ficarem distinguíveis na página; na peça real, os dois são Sala e foto.

15.2

O teto de cor numa peça

Medido em área da peça. O que conta: palavra de destaque, grafismo, selo, barra de progresso, campo. O que não conta: o escuro, a Tela e a foto P&B.

INSTITUCIONAL E EVENTOS

5%

Terracota ou Areia, em peça institucional, de aula experimental, Talks e Convenção. Em geral, uma palavra do título.

PEÇA DE START

12%

Cor do produto: selo, Fio de Produto, órbita e seta do botão em Ouro Velho.

PEÇA DE MASTER

12%

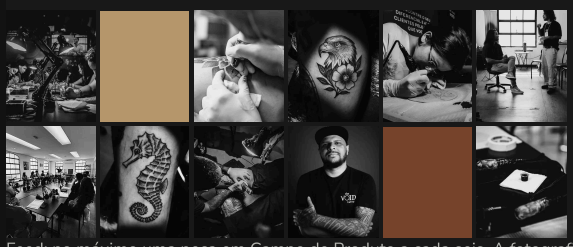
Cor do produto: selo, grafismo e palavra grande em Terracota.

PEÇA DO PRO

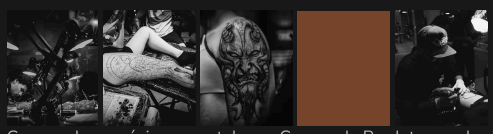
8%

Névoa. O Pro é monocromático, como pede o Brand DNA.

A exceção nomeada: Campo de Produto



Feed: no máximo uma peça em Campo de Produto a cada seis. A fotografia P&B não gasta o teto de cor. Fotos: acervo The VOID.



Carrossel: no máximo uma tela em Campo de Produto a cada cinco.

O Campo de Produto é o modelo R8 (seção 35): a peça inteira no campo do produto, logotipo de produto branco, selo e a Palavra de Produto a 8%.

15.3

A regra por produto

Um atributo no contêiner troca o tema inteiro. `estação` é palavra de código: nunca aparece em copy pública. Na página, o produto aparece pelo nome.

O QUE CADA VALOR DE DATA-ESTACAO MUDA

ITEM	CHAMADO: INSTITUCIONAL, AULA, TALKS, CONVENÇÃO	START	MASTER	PRO	VOIDERS: COMUNIDADE E EX-ALUNOS
Campo de produto	Nenhum: Sala, Tela e grão	Campo Start, texto Sala, logotipo branco	Campo Master, texto Tela, logotipo branco; cartela opcional Terracota Noite	Sala com faixa Ardósia ou Chumbo	Nenhum

ITEM	CHAMADO: INSTITUCIONAL, AULA, TALKS, CONVENÇÃO	START	MASTER	PRO	VOIDERS: COMUNIDADE E EX-ALUNOS
Destaque de texto no escuro	Areia	Areia	Terracota Luz (pequeno) ou Terracota Viva (24 px ou mais)	Névoa	Areia
Grafismo (Fio de Produto, órbita ativa, barra)	Tela a 32%	Ouro Velho (Caramelo sobre Coxia)	Terracota	Névoa	Tela a 32%
Seta do botão (sobre Tela)	Sala	Ouro Velho (4,59)	Terracota (4,51)	Ardósia (8,22)	Sala
Duotom	Não há	Café para Areia	Sombra do duotom Master para Terracota Viva	Sala para Névoa	Não há
Órbita	Nenhuma (só a Esfera)	Duas elipses horizontais empilhadas	Duas elipses verticais lado a lado	Duas elipses entrelaçadas a 32° da vertical	Três círculos concêntricos
Círculo ativo no Mapa da Trilha	Nenhum (todos em contorno)	O menor	O médio	O maior	Os concluídos pela pessoa
Palavra Sensível de assinatura	o primeiro passo	o primeiro traço	a sua identidade	o seu plano	família

O duotom na foto real

Institucional e VOIDERS
Sem duotom: P&B pelo preset Ritual.

Start
Café para Areia.

Master
Sombra do duotom Master para Terracota Viva.

Pro
Sala para Névoa.

Pele artificial do Ritual do Traço, a mesma foto nos quatro regimes. O duotom vale só em peça de produto e nunca em rosto de aluno ou depoimento; a construção está no recurso Duotom de Produto. Foto: acervo The VOID.

HTML

```html
<body class="grao" data-estacao="master">
  <!-- tudo dentro herda: --estacao-destaque, --estacao-grafismo,
       --estacao-seta, --estacao-campo, --estacao-campo-texto -->
</body>
```

15.4

A mesma peça em cinco produtos

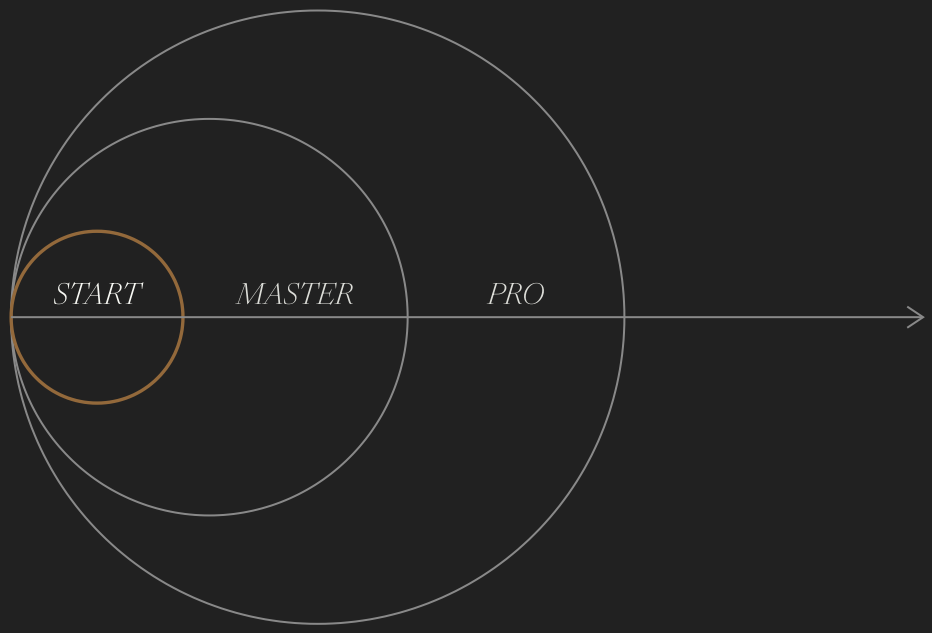
Troque o produto no seletor. Só o atributo muda: o texto, o logotipo e a estrutura continuam iguais. Repare que o logotipo nunca ganha cor.

THE VOID START

FAÇA
o primeiro traço

QUERO CONVERSAR SOBRE MINHA TURMA →

DESTAQUE	Areia
GRAFISMO	Ouro Velho
SETA	Ouro Velho
CAMPO	Campo Start com texto Sala

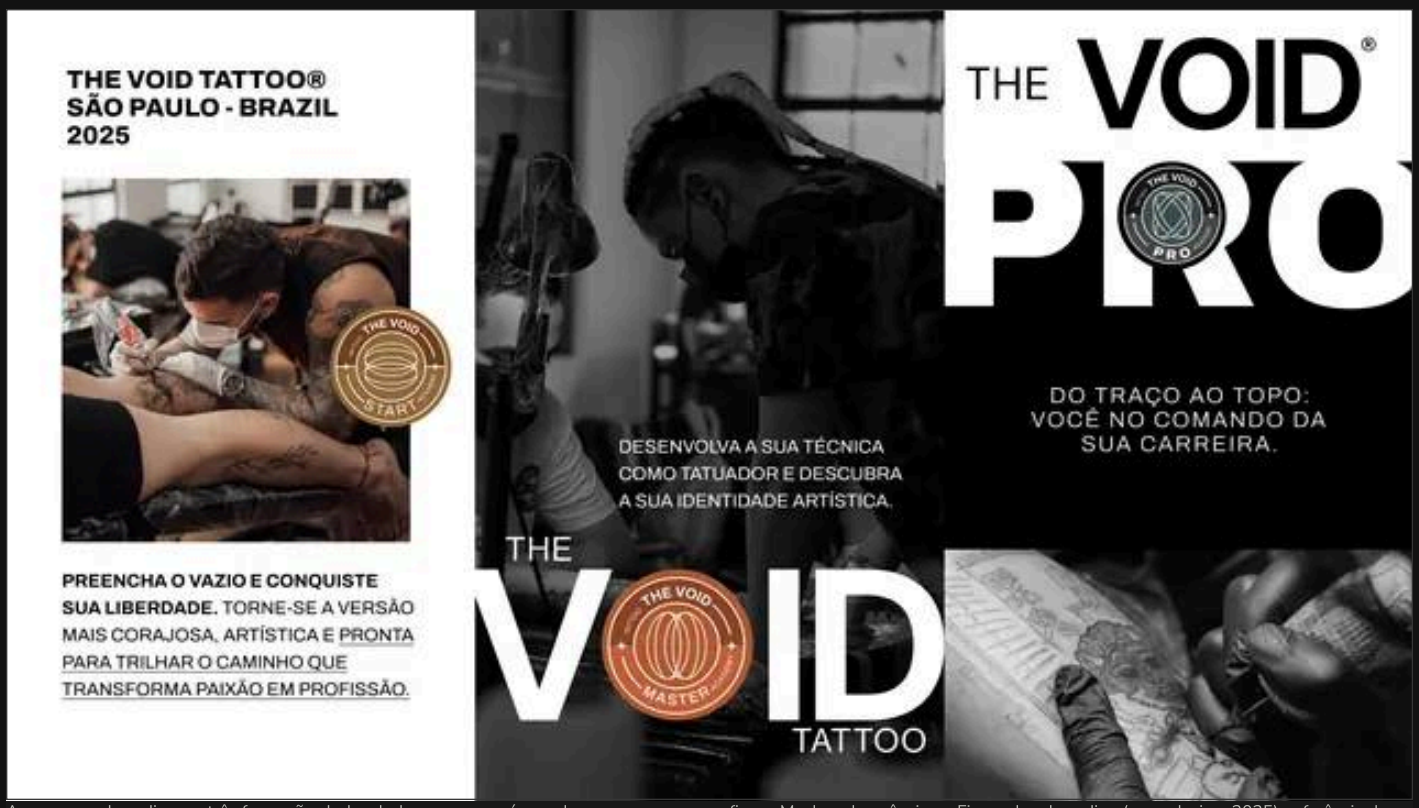


THE VOID® START

VOID TATTOO ACADEMY
START

START

CAMPO START · TEXTO SALA



A regra no rebranding: as três formações lado a lado, com a cor só no selo, no campo e no grafismo. Mockup da agência no Figma do rebranding (aureadesign, 2025); referência de aplicação, não registro de aula.

A aula experimental continua assinando com o logotipo do Start, como está no ar, porque é a porta do Start; o selo Start entra só como "próxima etapa", sem campo de cor. Nesta demonstração ela aparece no modo institucional, com o logotipo horizontal, para mostrar o campo sem cor.

[P 14] Manter a aula experimental com o logotipo Start (decisão atual) ou passar para o institucional.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 3.3, 3.5, 6.10, 6.11, 6.13 e 12.3); Brand DNA da The VOID, set/2026 (seção 9); Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 30 e 31).

16

COR

A PÁGINA DE *leitura*

A Tela vira página onde a leitura é longa e racional. É uma exceção nomeada ao "nunca fundo principal" do Brand DNA, com lugares, teto e paleta próprios, e depende de aprovação da The VOID.

EM UM MINUTO

- Vale para corpo de artigo, corpo de e-mail, oferta e fatos da landing page, PDF, contrato, certificado e impresso.
- Nunca vale para hero, capa, post de topo, story, Reels, VSL (exceto a tela de oferta), thumbnail, Campo de Produto ou fundo de foto.
- Na landing page: até 25% da altura e no máximo duas seções seguidas.
- Enquanto a aprovação não vier [P 2], artigo e e-mail saem em Sala com corpo em Cal; nada mais muda.

16.1

Por que existe

Texto claro longo sobre preto cansa a vista e sofre inversão automática em vários clientes de e-mail.
A marca continua escura; a leitura ganha uma página.

ONDE O MODO LEITURA VALE

VALE	NUNCA VALE
Corpo de artigo do guia, abaixo de cabeçalho em Sala	Hero de site e de landing page, capa, post de topo, story, Reels, VSL (exceto a tela de oferta), thumbnail
Corpo de e-mail, entre cabeçalho e rodapé em Sala	Campo de Produto e Assinatura de Produto
Seção de oferta e fatos da landing page: até 25% da altura da página e no máximo 2 seções seguidas	Mais de uma tela a cada cinco num carrossel
PDF, contrato, certificado, material impresso de aula; leitura na área de membros por escolha do aluno	Fundo de foto ou de vídeo

16.2

A paleta da página

Sete papéis. O logotipo é o preto oficial; o grão cai para 4%, em multiplicação. Sublinhado só aqui, em link: 1 px, afastado 3 px.

Tela

#F8F9F4

RGB 248 249 244

Campo da página.

Sala

#181818

RGB 24 24 24

Texto: 16,78 para 1. Botão em Sala com texto Tela.

Ardósia

#3F4E4F

RGB 63 78 79

Apoio: 8,22 para 1.

Penumbra

#5F5F5C

RGB 95 95 92

Legenda: 6,05 para 1.

Terracota Funda

#8C4529

RGB 140 69 41

Link e filete: 6,62 para 1.

Cinza 100

#ECEDE7

RGB 236 237 231

Zebra e cabeçalho de tabela.

Fumaça

#898989

RGB 137 137 137

Só linha: 3,31 para 1, nunca texto.

CSS

```
.modo-leitura{background:var(--tela);color:var(--sala);color-scheme:light;
  --grao-opacidade:.04;--foco:2px solid var(--sala)}
.modo-leitura a{color:var(--terracota-funda);text-decoration:underline;
  text-decoration-thickness:1px;text-underline-offset:3px}
.modo-leitura .botao{background:var(--sala);color:var(--tela)}
```

16.3

O teto na landing page

Some a altura das seções em Modo Leitura e divida pela altura da página: até 25%. E nunca três seções claras seguidas. Na ordem do Start, a única seção clara é a Ficha da Formação.

ASSIM

LP03 PLANO DE ABERTURA	CENA
LP04 E LP05 CARTELAS	CARTELA
LP06 DEPOIMENTOS	CENA
LP08 E LP09 MÉTODO E ROTEIRO	DOCUMENTO
LP10 E LP11 RITUAIS E ELENCO	CENA
LP07 E LP12 PROVA E PARA QUEM É	DOCUMENTO
LP13 LOCAÇÃO	CENA
LP14 FICHA DA FORMAÇÃO	LEITURA
LP15 PERGUNTAS	DOCUMENTO
LP16 CRÉDITOS FINAIS	CARTELA

Uma seção clara, a oferta, perto do fim. A página continua escura e a leitura racional ganha a página que pede.

ASSIM NÃO

LP03 PLANO DE ABERTURA	CENA
LP04 CARTELA DO VAZIO	CARTELA
LP08 MÉTODO	LEITURA
LP09 ROTEIRO	LEITURA
LP12 PARA QUEM É	LEITURA
LP14 FICHA DA FORMAÇÃO	LEITURA
LP15 PERGUNTAS	DOCUMENTO
LP16 CRÉDITOS FINAIS	CARTELA

Quatro seções claras seguidas e bem mais de 25% da altura: a página deixa de ser da marca e vira documento.

16.4

Sala e Leitura, lado a lado

O mesmo artigo nas duas versões. A da esquerda é a que vale hoje, enquanto a aprovação não vem; a da direita é a proposta. O cabeçalho continua em Sala nas duas, com a foto em Cinemascope (foto: acervo The VOID).

GUIA · EXEMPLO · SALA

Como ler uma tabela de contraste?

> Texto de exemplo. Uma tabela de contraste diz quanto uma cor de texto se destaca do fundo. Quanto maior a razão, mais fácil de ler; para texto comum, o mínimo é 4,5 para 1.

Corpo em Cal sobre Sala, 13 para 1. É confortável em blocos curtos e continua sendo o padrão de todo o material enquanto o Modo Leitura não for aprovado. Veja a seção 14.

GUIA · EXEMPLO · MODO LEITURA

Como ler uma tabela de contraste?

> Texto de exemplo. Uma tabela de contraste diz quanto uma cor de texto se destaca do fundo. Quanto maior a razão, mais fácil de ler; para texto comum, o mínimo é 4,5 para 1.

Corpo em Sala sobre Tela, 16,78 para 1, com filete e link em Terracota Funda. Em leitura longa, cansa menos e não inverte no modo escuro dos clientes de e-mail. Veja a seção 14.

[P 2] Aprovação do Modo Leitura como exceção ao "nunca fundo principal" (artigo, e-mail, oferta, impresso). Até a aprovação, artigo e e-mail saem em Sala com corpo em Cal, e nada muda nas outras regras.

Na área de membros, o aluno escolhe entre Sala (padrão) e Leitura. A troca nunca segue o tema claro ou escuro do aparelho, e a página sempre declara a cor de fundo do `body`.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 3.6, 4.7, 12.1 e 16, conflito C19); Brand DNA da The VOID, set/2026 (seção 9); pesquisa GrowAI de Bowtie e área de membros, 06/10/2026 (e-mail em modo escuro).

PARTE V · TIPOGRAFIA · SEÇÕES 17 A 20

AS TRÊS *vozes*

17 As três vozes
18 Registros do Archivo e regra de largura
19 Escalas: documento, peça e vídeo
20 A voz em off e regras gerais

17

TIPOGRAFIA

TRÊS VOZES, UMA *cena*

A The VOID fala com três famílias e cada uma tem um único trabalho: o Archivo é o letreiro que manda, a voz em off é a palavra que sente e a Nunito Sans é o texto que se lê sem esforço.

EM UM MINUTO

- Letreiro em Archivo variável (peso de 100 a 900, largura de 62 a 125), sempre em romano: título, botão, crédito, número e rótulo.
- Voz em off em Alga Italic onde houver licença; até a licença sair, Newsreader Italic 300 com tamanho óptico 72 em todo material público.
- Texto longo em Nunito Sans 400 e 600, padrão provisório até a decisão do corpo com a The VOID.
- As três entram por um único link do Google Fonts, copiado daqui sem mudar nada. Nenhuma outra família entra no sistema.

17.1

Três vozes, três trabalhos

O sistema não escolhe fonte por gosto em cada peça: escolhe pelo papel. Quem grita é o letreiro, quem sente é a voz em off, quem explica é o texto.

VOZ ATIVA · LETREIRO

AÇÃO

Archivo

ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ ÁÂÃÇÉÊÍÓÔÕÚ 0123456789

PAPEL	Título em caixa alta, botão, crédito, número, rótulo, legenda de vídeo, texto curto dentro da arte.
EIXOS	Peso 100 a 900 e largura 62 a 125. Só romano: o eixo itálico não entra.
STATUS	DECIDIDO

VOZ SENSÍVEL · VOZ EM OFF

traço

Alga Italic, ou Newsreader Italic 300

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz · ação, coração, pé

PAPEL	A palavra que sente, uma linha por bloco; nome de rito em destaque; marca d'água do nome do produto.
EIXOS	Newsreader no peso 300, itálico, tamanho óptico 72 (o desenho de título, de traço fino).
STATUS	◌ PENDENTE licença da Alga [P 3]

LEITURA LONGA · TEXTO

Aa

Nunito Sans

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz Çç Ãã Éé 0123456789

PAPEL	Corpo de landing page, artigo, e-mail, área de membros e PDF. Fora da arte: na peça de 1080, quem escreve o texto curto é o Archivo.
PESOS	400 para ler, 600 para destacar. Nada além disso.
STATUS	ⓘ PROPOSTA padrão provisório [P 1]

Anatomia de uma primeira dobra

Foto: acervo The VOID

1 START · RITUAL DO TRAÇO

3 **TODO MUNDO COMEÇA COM UM *traço*.**

4 A The VOID Tattoo Academy é uma escola de tatuagem na Vila Madalena, em São Paulo, que forma tatuadores do primeiro traço à carreira profissional.

5 QUERO CONVERSAR SOBRE MINHA TURMA →

1 **Crédito (Archivo 500, largura 125).**
O sobretítulo com o Marcador de Estação: produto e rito, caixa alta, entreletra aberta.

2 **Título de Filme (Archivo 800, largura 112).**
A frase inteira, em caixa alta e em até 3 linhas; no celular, a regra de largura leva o título a 85 (bloco 18.3).

3 **Voz em off.**
A palavra "traço", dentro do título, 1,2 vez maior, na cor de destaque do produto. Uma linha por bloco, nunca mais.

4 **Texto (Nunito Sans).**
A linha racional: o que é e onde é. Caixa mista, entrelinha folgada, cor Cal.

5 **Botão (Archivo 700, largura 106).**
O CTA no estilo Letreiro Aceso, o ponto mais claro da tela.

A foto abre a cena e um degradê de Sala a funde no campo: as mãos entram no quadro de cima, como no Ritual do Traço, e o texto nunca fica sobre a imagem. Os marcadores 1, 2 e 5 são a mesma família em três registros: é o Archivo que dá ordem à cena. O título é a frase do Ritual do Traço (Plataforma de Branding, slides 59 a 61); a frase de apoio é a descrição oficial da escola, igual em todo lugar.

17.2

O link exato e a pilha de fontes

Copie o link como está. Ele traz só os eixos que o sistema usa e foi testado com resposta 200 em 06/10/2026.

HTML

```
<link rel="preconnect" href="https://fonts.googleapis.com">
<link rel="preconnect" href="https://fonts.gstatic.com" crossorigin>
<link href="https://fonts.googleapis.com/css2?
family=Archivo:wdth,wght@62..125,100..900&family=Newsreader:ital,opsz,wght@1,6..72,300&family=Nunito+Sans:wght@400;600&display=s
wap" rel="stylesheet">
```

CSS

```
--font-letreiro: "Archivo", "Arial Narrow", Arial, sans-serif;
--font-off: "Alga", "Newsreader", Georgia, serif;   /* Alga só onde a licença estiver instalada */
--font-texto: "Nunito Sans", Arial, sans-serif;
```

O QUE O LINK CARREGA E O QUE DEIXA DE FORA

FAMÍLIA	ENTRA	FICA DE FORA, E POR QUÊ
Archivo	Largura 62 a 125 e peso 100 a 900, romano	O eixo itálico: o sistema não inclina o letreiro. Itálico é só da voz em off.
Newsreader	Itálico, peso 300, tamanho óptico de 6 a 72	Romano e outros pesos: a voz em off tem um único desenho.
Nunito Sans	Pesos 400 e 600	Os eixos de largura e de tamanho óptico: não há uso para eles no corpo.

No site publicado, as fontes saem do próprio servidor em `woff2`, com o subconjunto latino e `font-display: swap`. Só o Archivo é pré-carregado, porque o maior elemento visível da página é um título. O link do Google Fonts fica como reserva no arquivo autocontido.

17.3

Licenças e substituições

Três famílias são livres e circulam com o sistema. A Alga é comercial: o arquivo dela nunca entra no repositório, no Drive compartilhado ou em material enviado a fornecedor.

LICENÇA, ONDE USAR E QUEM SUBSTITUI

FAMÍLIA	ORIGEM E LICENÇA	ONDE ENTRA	STATUS
Archivo	Omnibus-Type, no Google Fonts. Licença livre (SIL Open Font License).	Todo material, inclusive peça, vídeo, e-mail e impresso.	DECIDIDO
Alga Italic	Nova Type Foundry (Porto, Portugal), desenho de Joana Correia, 2020. Licença paga por uso (computador, web, aplicativo); também no Adobe Fonts, com assinatura.	Só onde a The VOID tiver licença instalada para aquele uso.	PENDENTE [P 3]
Newsreader Italic 300	Google Fonts, licença livre (SIL Open Font License). Escolhida entre 12 candidatas livres: mesmo peso leve, curvas próximas, "a" e "g" de um andar e acentos corretos.	Todo material público enquanto a licença da Alga não sair; Canva e Google Slides sempre.	DECIDIDO
Nunito Sans	Google Fonts, licença livre (SIL Open Font License).	Corpo de texto fora da arte.	PROPOSTA [P 1]
Georgia itálico	Fonte de sistema, presente nos clientes de e-mail.	Só reserva da voz em off no e-mail. Nunca escolhida de propósito.	DECIDIDO

[P 3] Licença da Alga para web, aplicativo e vídeo. Até a confirmação, Newsreader Italic 300 em todo material público. Quando a licença sair, nada muda no layout: a Alga entra na frente da mesma pilha.

ASSIM

A ARTE *que preenche*

Voz em off sempre pela pilha: Alga onde houver licença, Newsreader no resto, Georgia só no e-mail.

ASSIM NÃO

A ARTE *que preenche*

Nenhuma outra serifada entra: Playfair, Bodoni e similares saíram com a marca antiga. Itálico pesado não é voz em off.

17.4

O corpo de texto: decisão provisória

O Brand DNA pede "Nunito para corpo longo"; a marca antiga citava a Nunito Sans. O sistema adota a Nunito Sans até a decisão da The VOID.

A Nunito Sans é a família irmã da Nunito no mesmo projeto, com terminais retos que conversam com o Archivo. Não é "a mesma fonte" da Nunito clássica, de terminais arredondados: por isso a escolha está pendente. A alternativa registrada é usar o próprio Archivo no corpo (peso 400, largura 100, 18 px, entrelinha 1,7), com uma família a menos. As duas cabem na mesma escala, então nenhum material público depende da decisão.

PADRÃO PROVISÓRIO · NUNITO SANS 400, 18/1,65

Se a The VOID fosse uma pessoa, seria um artista que virou professor, alguém que carregou o peso de não saber se era capaz e hoje dedica a vida a provar que outros também podem. Inspira sem intimidar, ensina sem condescendência, acolhe sem perder a firmeza.

ALTERNATIVA · ARCHIVO 400, LARGURA 100, 18/1,7

Se a The VOID fosse uma pessoa, seria um artista que virou professor, alguém que carregou o peso de não saber se era capaz e hoje dedica a vida a provar que outros também podem. Inspira sem intimidar, ensina sem condescendência, acolhe sem perder a firmeza.

Texto de amostra: Brand DNA da The VOID, seção 1, com a pontuação ajustada à regra de zero travessão. A terceira opção, a Nunito clássica, não é carregada por este manual porque não está no link de fontes do sistema.

[P 1] Corpo de texto: Nunito Sans (padrão provisório), Nunito clássica ou Archivo. A decisão é da The VOID.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 4.1, 4.5 e 4.6); Brand DNA da The VOID, set/2026 (seções 1 e 9); Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 3, 23, 24 e 25); relatório de ativos técnicos da GrowAI, 06/10/2026 (seção 3, com as páginas públicas da MyFonts, Fontspring e Adobe Fonts); site oficial, consultado em 06/10/2026.

18

TIPOGRAFIA

OITO REGISTROS, UMA *família*

O Archivo vira oito vozes diferentes só pelos eixos de peso e de largura. Cada combinação tem nome, valores fixos e um uso; o que fica fora da lista não é usado.

EM UM MINUTO

- Oito registros com peso, largura, caixa, entreletra e entrelinha travados: Título de Filme, Título de Seção, Fala, Crédito, Estreito, Numeral de Prova, Numeral de Data e Botão.
- Nenhuma peça usa mais de dois registros de largura além do texto.
- No celular, antes de diminuir o título, estreite a letra: largura 112, depois 100, 92 e 85. Só então reduza o tamanho, até 34 px. Se ainda não couber, reescreva.
- Nenhum título digitado imita o VOID do logotipo: o Título de Filme é mais largo e mais pesado de propósito.

18.1

Os oito registros

Cada amostra abaixo está renderizada com os valores exatos da tabela. Copie os valores, nunca a aparência.

Título de Filme

EIXOS	peso 800 · largura 112
FORMA	caixa alta · entreletra -0,02em · entrelinha 0,92
USO	Hero, capa, cartela, gancho

PREENCHA O VAZIO

Título de Seção

EIXOS peso 700 · largura 100
FORMA caixa alta · entreletra -0,012em · entrelinha 0,98
USO Seção de landing page, cartão de carrossel

PARA QUEM É

Fala

EIXOS peso 600 · largura 100
FORMA caixa mista · entreletra -0,005em · entrelinha 1,15
USO Subtítulo, pergunta de FAQ, H1 e H2 de artigo, legenda de vídeo

Preciso saber desenhar para ser tatuador?

Crédito

EIXOS peso 500 · largura 125
FORMA caixa alta · entreletra +0,18em · entrelinha 1,2
USO Rodapé-assinatura, sobretítulo, Ficha Técnica, rótulos, Marcadores

TATTOO ACADEMY · ® 2025 · SÃO PAULO · BRAZIL · **PREENCHA O VAZIO**

Estreito

EIXOS peso 800 · largura 68
FORMA caixa alta · entreletra 0 · entrelinha 0,9
USO Palavra vertical ("MASTER" de pé, como no slide 36) e título que não cabe em 320 px

MASTER

Numeral de Prova

EIXOS peso 700 · largura 75
FORMA algarismos alinhados e tabulares · entreletra -0,01em · entrelinha 0,9
USO Número de prova, sempre com o Crédito de Prova ao lado (seção 25)

0123456789

Numeral de Data

EIXOS peso 300 · largura 125
FORMA algarismos alinhados · entreletra 0 · entrelinha 1
USO Data e horário de turma, minutagem. **Nunca prova.**

06/10/2026 · 18h30

Botão

EIXOS peso 700 · largura 106

FORMA	caixa alta · entreletra +0,06em · entrelinha 1
USO	Todo CTA, sempre no estilo Letreiro Aceso

QUERO CONVERSAR SOBRE MINHA TURMA →

CSS · REGISTROS

```
/* Título de Filme */  font: 800 96px/.92 var(--font-letreiro); font-variation-settings: "wdth" 112; letter-spacing: -.02em;
text-transform: uppercase;
/* Título de Seção */  font: 700 56px/.98 var(--font-letreiro); font-variation-settings: "wdth" 100; letter-spacing: -.012em;
text-transform: uppercase;
/* Fala */             font: 600 32px/1.15 var(--font-letreiro); font-variation-settings: "wdth" 100; letter-spacing: -.005em;
/* Crédito */          font: 500 12px/1.2 var(--font-letreiro);  font-variation-settings: "wdth" 125; letter-spacing: .18em;
text-transform: uppercase;
/* Estreito */         font: 800 1em/.9 var(--font-letreiro);    font-variation-settings: "wdth" 68;  letter-spacing: 0;
text-transform: uppercase;
/* Numeral de Prova */ font: 700 80px/.9 var(--font-letreiro);   font-variation-settings: "wdth" 75;  letter-spacing: -.01em;
font-variant-numeric: lining-nums tabular-nums;
/* Numeral de Data */  font: 300 1em/1 var(--font-letreiro);     font-variation-settings: "wdth" 125; letter-spacing: 0;
font-variant-numeric: lining-nums;
/* Botão */            font: 700 16px/1 var(--font-letreiro);    font-variation-settings: "wdth" 106; letter-spacing: .06em;
text-transform: uppercase;
```

2 DOIS REGISTROS DE LARGURA POR PEÇA

O QUE MANDA	Além do texto, a peça usa no máximo dois registros de largura. Exemplo: Título de Filme (112) com Crédito (125); ou Título de Seção (100) com Botão (106).
POR QUÊ	Larguras demais viram catálogo de fonte e a peça perde a cena. A largura é a ferramenta de hierarquia; o tamanho vem depois.
TESTE	Liste os valores de largura usados na peça, sem contar o texto corrido: o resultado é 2 ou menos.

18.2

O eixo de largura, ao vivo

Mova os eixos ou escolha um registro. A ferramenta diz se a combinação é um dos oito registros ou se está fora do sistema.

TATUAR NÃO É DESENHAR

TÍTULO DE FILME | TÍTULO DE SEÇÃO | FALA | CRÉDITO | ESTREITO | NUMERAL DE PROVA | NUMERAL DE DATA | BOTÃO

LARGURA (WDTH) 112

62 68 75 85 92 100 112 125

PESO (WGHT) 800

100 300 500 700 900

REGISTRO: TÍTULO DE FILME `font-weight: 800; font-variation-settings: "wdth" 112;`

Por que nenhum título imita o VOID

O "THE", o "TATTOO" e os descritores do logotipo são Archivo 400 na largura 100. O VOID não é: é um letreiro derivado do Archivo e ajustado à mão, com peso perto de 650, largura perto de 97,5 e letras que quase se tocam. Um título digitado com esses valores parece um logotipo falsificado. Por isso o Título de Filme vai para 800 e 112: mais pesado e mais largo, sem disputar com a marca.

ASSIM

THE VOID® TATTOO

PREENCHA O VAZIO

Logotipo sempre pelo arquivo oficial; o título ao lado em Título de Filme, visivelmente outra voz.

ASSIM NÃO

THE VOID® TATTOO

VAZIO

Título digitado em 650 e 97,5, com letras coladas: imita o VOID e confunde a marca com o texto.

18.3

Regra de largura, de 320 a 430 px

Antes de reduzir o tamanho, estreite a letra. A meta é título, linha de apoio e botão na primeira dobra do celular (até 640 px de altura) sem rolar.

1. Se o Título de Filme passar de 3 linhas entre 320 e 430 px, ou empurrar o botão para fora da primeira dobra, troque a largura de 112 para **100**; se ainda passar, **92**; se ainda passar, **85**.
2. Só então reduza o tamanho, de 48 px até o piso de **34 px**.
3. Abaixo da largura 85 ou do piso de 34 px, **reescreva o título** (lei 6: até 6 palavras).

WDTH 112 · 48 PX · COLUNA DE 358 PX

DESCUBRA SUA IDENTIDADE *artística*.

4 LINHAS: PASSA DE 3

WDTH 100 · 48 PX · COLUNA DE 358 PX

DESCUBRA SUA IDENTIDADE *artística*.

4 LINHAS: PASSA DE 3

WDTH 92 · 48 PX · COLUNA DE 358 PX

WDTH 85 · 48 PX · COLUNA DE 358 PX

DESCUBRA
SUA
IDENTIDADE
artística.

⚠ 4 LINHAS: PASSA DE 3

DESCUBRA SUA
IDENTIDADE
artística.

✓ 3 LINHAS: CABE

A frase do Master (Plataforma de Branding, slide 63) no tamanho de celular (48 px), na coluna de um celular de 390 px (358 px úteis, com 16 px de margem de cada lado). Só a largura muda; a palavra na voz em off fica igual, porque não tem eixo de largura. Nas larguras 112, 100 e 92 o título passa de 3 linhas; só a 85 ele cabe, sem precisar reduzir o tamanho. O fio tracejado marca a borda da coluna: o que passa dele sai da tela. Em tela estreita, as quatro colunas encolhem na mesma proporção, para a comparação continuar inteira.

Simulador da primeira dobra

LARGURA DA TELA **390 PX**

320 | 360 | **390** | 430

TÍTULO

GABRIEL · START | BRUNO · MASTER | TÍTULO LONGO

OU ESCREVA O SEU

Palavra sensível entre *asteriscos*

✓ **wdth 112, 48 px**: 2 linhas, botão termina em 388 px. Cabe.

✓ **Resultado:** sem data-largura.

THE VOID® START

THE VOID START

TALENTO É CONSEQUÊNC DE *treino*.

Escola de tatuagem na Vila Madalena, em São Paulo.

QUERO CONVERSAR SOBRE MINHA TURMA →

Títulos do simulador: heros por persona prontos para teste (especificação, seção 9.5) e, como título longo, a frase do slide 24 da apresentação de rebranding, que passa de seis palavras: mesmo quando a largura e o tamanho resolvem o espaço, o simulador lembra a lei 6 e pede outro título.

CSS · LARGURA

```
.titulo-filme{font:800 clamp(40px,7vw,96px)/.92 var(--font-letreiro);font-variation-settings:"wdth" 112;text-transform:uppercase;letter-spacing:-.02em;text-wrap:balance}
@media (max-width:430px){
  .titulo-filme{font-variation-settings:"wdth" 100}
  .titulo-filme[data-largura="92"]{font-variation-settings:"wdth" 92}
  .titulo-filme[data-largura="85"]{font-variation-settings:"wdth" 85}
}
```

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 4.2, 4.3, 9.5 e lei L6); relatório de ativos técnicos da GrowAI, 06/10/2026 (seção 3.2 e 3.3, medida do VOID contra o Archivo); Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 24 e 36).

19

TIPOGRAFIA

TRÊS ESCALAS, UM *ritmo*

A mesma hierarquia em três superfícies: a tela que se rola (documento e site), a peça de 1080 que se vê no feed e o quadro de vídeo. Os tamanhos estão travados; o que muda de uma para outra é a unidade.

EM UM MINUTO

- No site, corpo de 18 px no computador e 17 px no celular, em coluna de 680 px (60 a 72 caracteres por linha). Nada de leitura abaixo de 13 px.
- Na peça de 1080, tudo é medido em unidades (u): título de 96 a 140 u, e nenhum texto abaixo de 26 u, o piso absoluto.
- No vídeo, legenda queimada em Archivo 600, duas linhas no máximo, 60 a 68 px no vertical e 46 a 54 px no horizontal.
- As amostras abaixo estão em tamanho real para a tela onde você lê: no celular, aparecem os valores de celular.

19.1

Documento e site

Doze papéis, dois tamanhos cada (computador e celular). Botão com 56 px de altura no computador e 52 px no celular, em largura total.

TÍTULO DE FILME · 96 / 48	O VAZIO
TÍTULO DE SEÇÃO · 56 / 34	O MÉTODO
SUBTÍTULO · 32 / 24	Do primeiro traço à carreira profissional
INTERTÍTULO · 22 / 20	O que você sabe fazer no fim

VOZ EM OFF ISOLADA · 44 / 30	*o primeiro traço*
CHAMADA · 22 / 19	Escola de tatuagem na Vila Madalena, em São Paulo.
CORPO · 18 / 17	A The VOID Tattoo Academy é uma escola de tatuagem na Vila Madalena, em São Paulo, que forma tatuadores do primeiro traço à carreira profissional.
APOIO · 15	Resultados individuais variam conforme prática e dedicação.
LEGENDA E CRÉDITO DE PROVA · 13	Foto: [nome] · The VOID Tattoo Academy
CRÉDITO EM CAIXA ALTA · 12	TURMA DE [MÊS] · COMEÇA EM [DATA] · INSCRIÇÕES ATÉ [DATA]
NUMERAL DE PROVA · 80 / 56	0123
BOTÃO · 16 / 17	GARANTIR MINHA VAGA NA AULA →

ESCALA DE DOCUMENTO E SITE, EM PX

PAPEL	COMPUTADOR	CELULAR	FAMÍLIA E REGISTRO
Título de Filme	96	48 (piso 34)	Archivo, Título de Filme
Título de Seção	56	34	Archivo, Título de Seção
Subtítulo	32	24	Archivo, Fala
Intertítulo	22	20	Archivo, Fala
Voz em off isolada	44	30	Alga ou Newsreader
Chamada	22	19	Nunito Sans 400, entrelinha 1,5
Corpo	18	17	Nunito Sans 400, entrelinha 1,65, coluna de 680 px
Apoio	15	15	Nunito Sans 400, entrelinha 1,5
Legenda e Crédito de Prova	13	13	Nunito Sans 400 (piso de texto de leitura)
Crédito em caixa alta	12	12	Archivo Crédito, em Tela, Cal, Pó ou Areia (7:1 ou mais)
Numeral de Prova	80	56	Archivo, Numeral de Prova
Botão	16, altura 56	17, altura 52, largura total	Archivo, Botão

Crédito de 12 px em caixa alta só nas quatro cores com contraste de 7:1 ou mais sobre Sala (seção 14). Fumaça nunca escreve abaixo de 14 px.

19.2

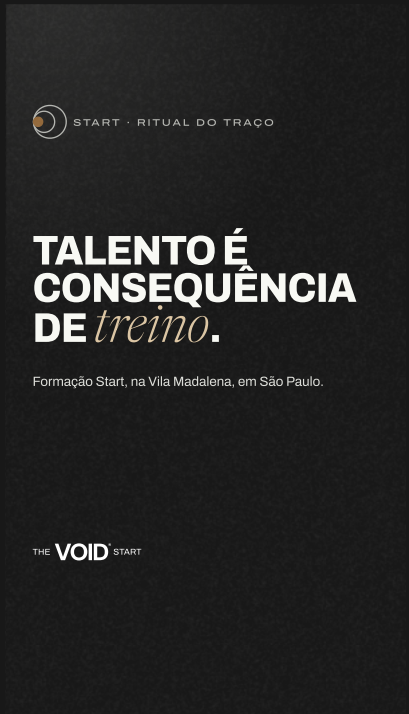
Peça de 1080 px

Feed de 1080 por 1350, story de 1080 por 1920 e quadrado de 1080 por 1080. A unidade u vale 1/1080 da largura da peça, então o mesmo número serve em qualquer tamanho de tela.

ESCALA DA PEÇA, EM UNIDADES DE 1080

PAPEL	TAMANHO	REGRA
Título de Filme	96 a 140 u, padrão 120	Até 3 linhas, até 6 palavras
Voz em off dentro do título	1,2 vez o Archivo da linha	Uma linha
Subtítulo e citação	48 a 56 u	Archivo Fala
Texto curto	34 a 38 u	Archivo 400 largura 100 (na peça, a Nunito Sans não entra)
Botão desenhado	30 u	Registro Botão
Crédito, rodapé-assinatura, Crédito de Prova	26 u	Piso absoluto da peça
Numeral de Prova	160 a 220 u	Sempre com a régua de prova na mesma tela
Margens	72 u	Story e Reels: conteúdo entre y = 270 e y = 1500; 120 u livres à direita nos Reels

RÉGUA DA PEÇA, FEED · 1080 POR 1350



STORY · 1080 POR 1920

Feed: régua de escala, peça de demonstração e não de publicação; título com a frase de apoio do Start (site oficial) e texto com a frase do Ritual do Traço (Plataforma de Branding, slides 59 a 61). Story: o título usa a regra de largura (92) para caber em três linhas a 112 u, e o logotipo de 300 u fica acima de y = 1500.

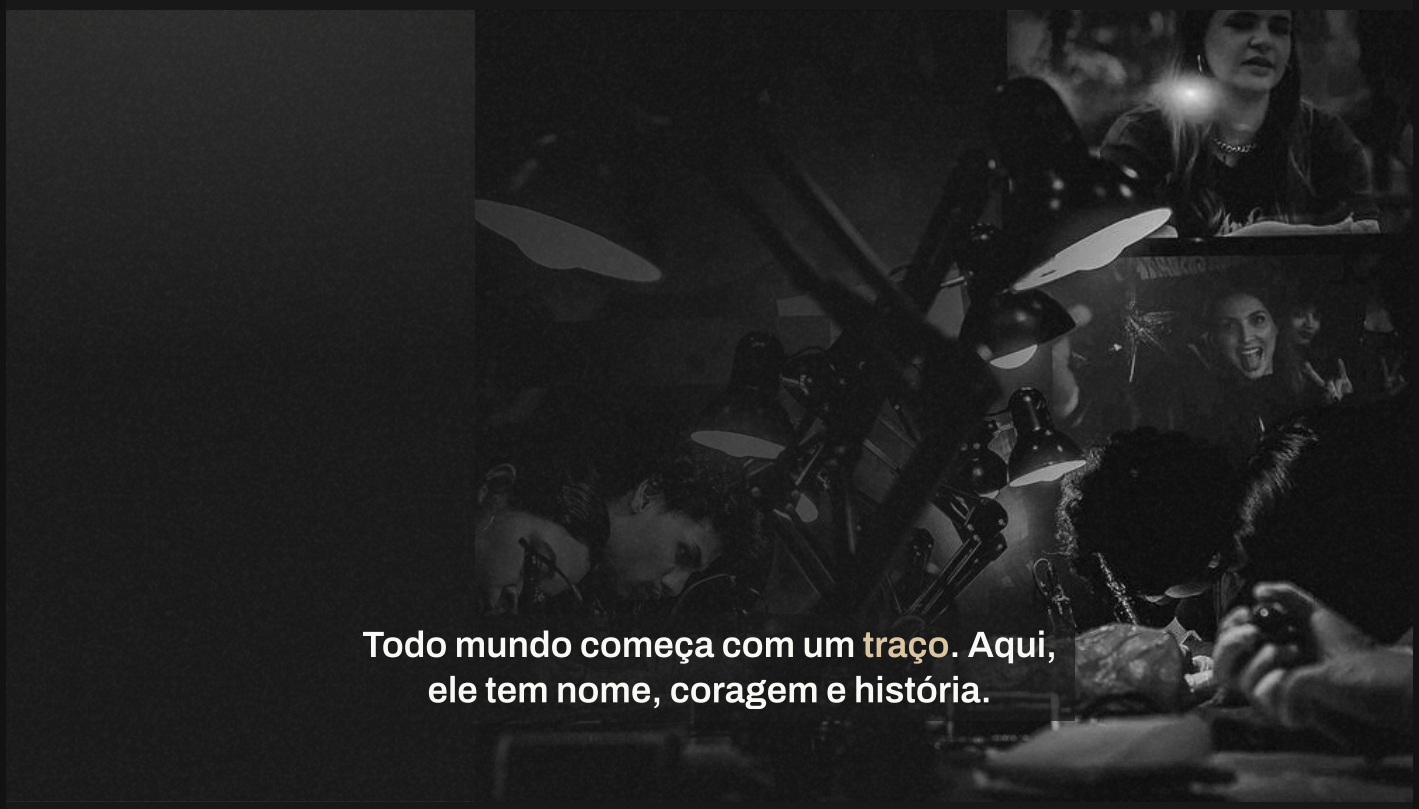
19.3

Vídeo

No vídeo a unidade é o pixel do quadro (1080 por 1920 ou 1920 por 1080). A legenda queimada é texto de leitura: tem tamanho mínimo, linha máxima e caixa de fundo calculada.

ESCALA DE VÍDEO, EM PX DO QUADRO

PAPEL	VERTICAL 1080 POR 1920	HORIZONTAL 1920 POR 1080	REGRA
Gancho em tela (2 s iniciais)	Título de Filme 96 a 120	110 a 150	Até 6 palavras
Cartela	96 a 120, voz em off 120 a 150	110 a 150, voz em off 130 a 170	Tipos de cartela na seção 34
Legenda queimada	Archivo 600, largura 100, 60 a 68 px, 22 a 28 caracteres por linha	46 a 54 px, 32 a 42 caracteres	2 linhas, caixa mista; piso de 60 px no vertical
Nome no lower third	Archivo 600, largura 112, 40 px, caixa alta, +0,08em	40 px	Sem selo
Função no lower third	Voz em off, 34 px	34 px	A única linha em itálico do quadro
Crédito no fecho	28 px	28 px	Archivo Crédito



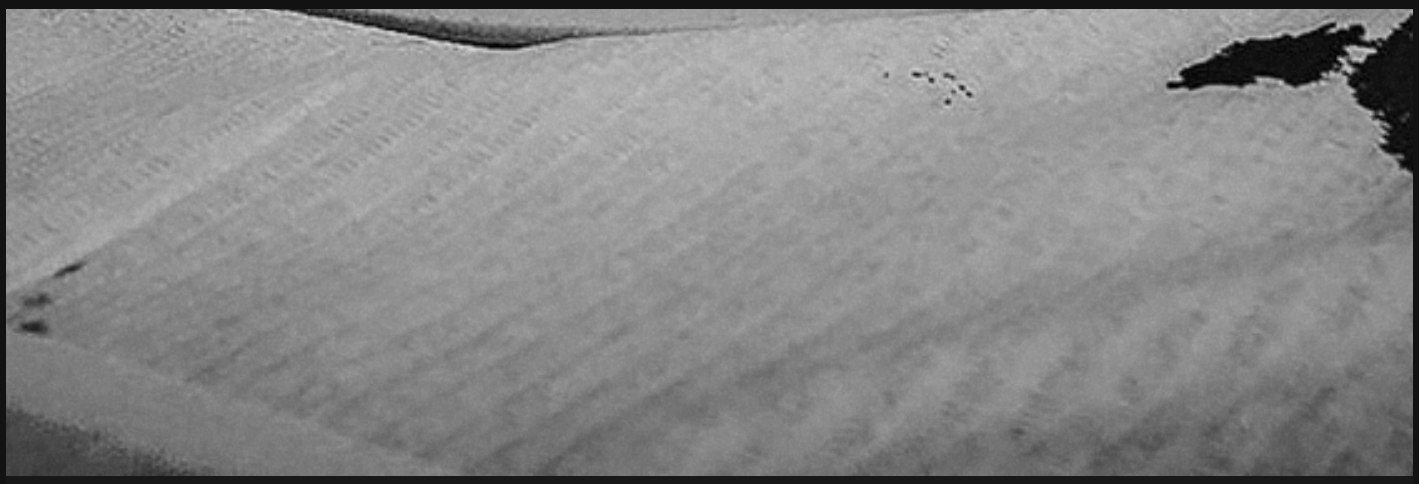
LEGENDA QUEIMADA · 1920 POR 1080

[NOME E SOBRENOME]
Aluna do Start, turma de [ano]

LOWER THIRD · 1920 POR 1080

TATUAR NÃO É *desenhar*.

É uma técnica nova, com fundamento.



REELS, GANCHO E LEGENDA · 1080 POR 1920

Legenda horizontal a 50 px, 37 e 33 caracteres por linha, base a 110 px, caixa Sala a 75% (Tela a 7,39:1, palavra de destaque em Areia a 4,66:1). Lower third a 120 px da lateral e 140 px da base. Reels com o gancho entre y = 270 e y = 1500 e 120 px livres à direita. Frases: Ritual do Traço (slides 59 a 61) e aula experimental (site oficial); "com fundamento" é texto de exemplo. No quadro, a foto fica nos dois terços da direita com o Véu lateral; no Reels, o gancho no topo leva o Véu de cima, a 70%. Nome e turma do lower third só entram confirmados com a pessoa. Fotos: acervo The VOID.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 4.4, 6.5, 7.1, 8.4 e 12.2); Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 59 a 61); site oficial, consultado em 06/10/2026.

20

TIPOGRAFIA

A PALAVRA QUE *sente*

A voz em off é o recurso mais reconhecível da marca, e por isso o mais fácil de gastar. Oito regras a mantêm rara; as regras gerais cuidam de caixa, itálico, número e pontuação em todo o resto.

EM UM MINUTO

- Uma linha de voz em off por bloco, até 7 palavras, 1,2 vez o Archivo da mesma linha, em minúscula.
- Caixa alta na voz em off só em duas exceções nomeadas: START, MASTER e PRO no Mapa da Trilha, e a marca d'água do nome do produto no Campo de Produto.
- Nunca em botão, número, preço, data, instrução, legenda funcional, texto legal, formulário, tabela ou nome de pessoa.
- Caixa alta só em título, botão, crédito e rótulo; itálico só na voz em off; zero travessão em qualquer texto.

20.1

As oito regras da voz em off

O Brand DNA define a voz em off como a voz sensível, com uma linha por bloco. As regras abaixo transformam isso em teste.

01 UMA LINHA POR BLOCO

O QUE MANDA — Bloco é título com subtítulo, uma tela de story ou um cartão de carrossel. Cabe uma linha de voz em off; no máximo duas palavras soltas na mesma linha, como no slide 24.

TESTE — Conte as linhas em itálico do bloco: o resultado é 1.

ASSIM

É SOBRE *continuar,*
MESMO SEM *certeza*

Duas palavras soltas na mesma linha de leitura, dentro do letreiro.

ASSIM NÃO

O seu chamado
PARA A ARTE
acabou de chegar

Duas linhas inteiras na voz em off: a palavra que sente vira frase decorada e perde a força.

02 SÓ A PALAVRA QUE SENTE

O QUE MANDA — A voz em off marca a palavra emocional da frase, com até 7 palavras. O resto da frase fica no letreiro.

TESTE — Leia só o itálico: ele precisa ser a parte que dá vontade de sublinhar.

03 1,2 VEZ O LETREIRO

O QUE MANDA — Tamanho de 1,2 vez o Archivo da mesma linha; entreletra 0; entrelinha 1. A classe `.off` já faz isso.

POR QUÊ — O traço 300 da voz em off é fino; sem o aumento, ela some ao lado do Archivo 800.

04 MINÚSCULA, COM DUAS EXCEÇÕES

O QUE MANDA — Minúscula, com inicial maiúscula só quando abre a frase. Caixa alta apenas nas duas exceções nomeadas, mostradas abaixo.

TESTE — Achou itálico em caixa alta? Ele está no Mapa da Trilha ou numa marca d'água de produto. Se não está, volta.

ASSIM

O SEU *plano*

Minúscula, dentro do letreiro em caixa alta.

ASSIM NÃO

O SEU *PLANO*

Voz em off em caixa alta fora das exceções: vira cartaz de cinema antigo.

05 A COR DO TÍTULO OU DO PRODUTO

O QUE MANDA — A voz em off usa a cor do título ou o destaque do produto (Areia, Terracota Luz, Névoa). Nunca Terracota pura abaixo de 24 px.

POR QUÊ — Terracota sobre Sala dá 3,72:1: só passa em texto grande (seção 14).

06 PISO DE TAMANHO

O QUE MANDA — 20 px em tela, 56 u na peça, 64 px no vídeo. Abaixo disso o traço 300 some.

EXCEÇÃO DA TABELA DE VÍDEO — A função no lower third é voz em off de 34 px e a única linha em itálico do quadro (19.3).

07 NUNCA EM FUNÇÕES

O QUE MANDA — Nunca em botão, número, preço, data, instrução, legenda funcional, texto legal, formulário, tabela ou nome de pessoa.

TESTE — Se a palavra serve para fazer algo (clicar, pagar, chegar, entender uma regra), ela é letreiro ou texto.

ASSIM

AGENDAR MEU DIAGNÓSTICO →

Botão no registro Botão: Archivo 700, largura 106, caixa alta.

ASSIM NÃO

agendar meu diagnóstico

Botão em itálico: perde a leitura de ação e mistura emoção com instrução.

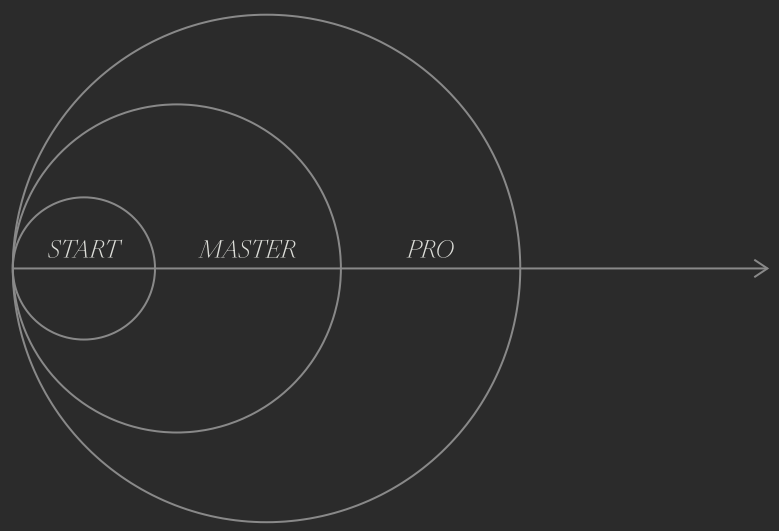
08 RESERVA SEM IMAGEM

O QUE MANDA — Em ferramenta sem fonte variável (Canva, Google Slides), Newsreader Italic Light. No e-mail, a pilha cai para Georgia itálico, e a voz em off **nunca vira imagem**.

TESTE — Selecione a frase com o cursor: se não dá para selecionar, ela virou imagem e volta.

As duas exceções em caixa alta

EXCEÇÃO 1 · RÓTULOS DO MAPA DA TRILHA



START, MASTER e PRO na voz em off, em caixa alta, como no slide 30. O desenho completo está na seção 23.

EXCEÇÃO 2 · MARCA D'ÁGUA NO CAMPO DE PRODUTO

MASTER

THE VOID® MASTER

O nome do produto gigante, em caixa alta, Tela a 8% sobre o campo do produto, como no slide 31. Nunca com a palavra VOID: o VOID é sempre o arquivo.

Em cena: letreiro e voz em off nas aplicações

Convocação, banner de evento. "A TODOS OS" no letreiro e "Artistas do Brasil" na voz em off, uma linha, sobre a plateia escurecida; o Letreiro Corrido fecha a peça.

Lambe-lambe da tagline. A única composição com duas linhas de voz em off, "A arte QUE PREENCHE / A carreira QUE LIBERTA", sobre a Esfera do Vazio com grão.

Aplicações do rebranding no Figma da agência (aureadesign, 2025); o banner usa foto de evento da escola. São referência de composição: a frase da tagline segue a regra de uso da seção 31.

Onde cada versão da voz em off aparece

RESERVA DA VOZ EM OFF POR MEIO

MEIO	FAMÍLIA QUE APARECE	AMOSTRA
Site, landing page, área de membros	Alga (com licença) ou Newsreader Italic 300, tamanho óptico 72	*o primeiro passo*
Canva e Google Slides	Newsreader Italic Light (as ferramentas não leem o eixo óptico)	*o primeiro passo*
E-mail	Georgia itálico, como reserva da pilha; nunca imagem	*o primeiro passo*

20.2

Caixa, itálico e acabamento

Cada efeito tipográfico tem um único lugar. Fora dele, não existe.

REGRAS GERAIS DE TIPOGRAFIA

RECURSO	ONDE VALE	ONDE NUNCA VALE
Caixa alta	Título, botão, crédito e rótulo	Corpo, condição de oferta, aviso legal
Itálico	Só na voz em off	Ênfase em corpo, citação, nome de curso
Sublinhado	Só link no Modo Leitura: 1 px, afastado 3 px	Ênfase, título, link sobre Sala
Contorno de texto	Só a Palavra de Produto vazada do Pro (seção 24)	Qualquer outro texto e, sempre, o logotipo
Sombra de texto	Só legenda de vídeo sobre fundo já escuro: `0 2px 8px rgb(0 0 0 / .6)`	Título, botão, peça estática
Degradê e escala horizontal	Nunca. A largura muda só pelo eixo `wdth`	Todo texto
Hifenização	Ligada em corpo de coluna estreita (`hyphens:auto` com `lang="pt-BR"`)	Desligada em título

ASSIM

DA SALA PRA *cena*.

A largura muda pelo eixo; a ênfase vem da voz em off, não de efeito.

ASSIM NÃO

DA SALA PRA CENA.

Escala horizontal, sombra e contorno no mesmo título: três efeitos proibidos e nenhuma hierarquia.

20.3

Números

Número é letreiro: sempre Archivo, com algarismos alinhados. A voz em off nunca escreve número, preço ou data.

FORMATO DE NÚMERO (VALORES ILUSTRATIVOS, NÃO SÃO DADOS DA ESCOLA)

TIPO	ASSIM	NUNCA
Dinheiro	`R$ 0.000,00`	`R$0000`, `0.000 reais`
Parcelas	`12x`	`12 X`, `12vezes`
Quantidade	`15 aulas`	`quinze aulas` em ficha ou tabela
Horário	`18h30`	`18:30h`, `6h30 da tarde`
Data	`06/10/2026 · out/2026`	`6/10/26`, `Outubro/2026`

NUMERAL DE PROVA · PROVA

0123

700, largura 75, tabular. Só com o Crédito de Prova completo; nunca anima contando até o valor (seção 25).

NUMERAL DE DATA · AGENDA

06/10 · 18h30

300, largura 125. Data, horário, minutagem. Nunca escreve prova: a leveza do traço diz "informação", não "resultado".

[P 15] Preços, parcelas, carga horária, vagas e calendário das turmas: nenhum valor real aparece em peça antes de a The VOID confirmar e o checkout bater.

20.4

Zero travessão

O travessão não aparece em nenhum texto da marca: título, corpo, legenda, assunto de e-mail, texto alternativo ou rodapé. A verificação automática do manual procura os dois caracteres (U+2014 e U+2013) e reprova a peça.

ASSIM

Tatuar não é desenhar. É uma técnica nova.

Duas frases curtas. Também servem vírgula, dois-pontos ou parênteses.

ASSIM NÃO

Tatuar não é desenhar — é uma técnica nova.

A pausa marcada com traço longo (desenhado aqui, para não entrar no texto). Reescreva com ponto.

O QUE USAR NO LUGAR DO TRAVESSÃO

QUANDO A FRASE PEDE	USE	EXEMPLO
Uma virada	Ponto e frase nova	"Tatuar não é desenhar. É uma técnica nova."
Uma explicação	Dois-pontos	"O Método ARTE tem três pilares: Artista, Tatuador e Empreendedor."
Um aparte	Vírgulas ou parênteses	"A formação Start, a porta de entrada da trilha, começa pelo traço."
Separar itens no crédito	Ponto médio com espaço: ·	`TATTOO ACADEMY · SÃO PAULO · BRAZIL`

Na grafia, a marca é sempre TATTOO, com dois T. O checklist de aprovação confere as duas coisas antes de qualquer publicação (seção 7).

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 4.4, 4.6, 4.7, 6.13 e 9.2); Brand DNA da The VOID, set/2026 (seção 9); Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 24, 30 e 31); site oficial, consultado em 06/10/2026.

PARTE VI · RECURSOS ASSINATURA E SISTEMA · SEÇÕES 21 A 28

RECURSOS E *sistema*

21 Grão, Esfera, Eco e Janela de Luz
22 Véu, Cinemascope, Corte do Logo e Cartela
23 Palavra Sensível, Órbitas e Mapa da Trilha
24 Marcadores, Carimbo, Ficha e Créditos
25 Prova, Revelação, Duotom, Anel e Assinatura Pro
26 Grade, espaçamento, forma e movimento
27 Ícones
28 Dados e gráficos

21

RECURSOS ASSINATURA

A MATÉRIA DO *escuro*

Os quatro recursos que fazem da Sala um lugar, e não um fundo preto: a película (Grão), o símbolo do vazio (Esfera), a marca que ecoa ao fundo (Eco do VOID) e a única luz da cena (Janela de Luz).

EM UM MINUTO

- Toda peça usa no máximo três recursos desta parte, e o Grão já conta como um.
- O Grão fica em todo campo escuro a 6% (4% no claro); a Janela de Luz vem sempre do alto à esquerda e nunca entra sobre foto.
- A Esfera é a única ilustração da marca: uma por peça, nunca atrás de rosto ou de texto corrido, nunca junto do Eco.
- O Eco do VOID é o arquivo oficial desfocado a 12%: o único jeito de o cinza entrar na marca sem virar logotipo cinza.

21.1

Os vinte recursos e as duas travas

Cada recurso tem uma construção única e mora num lugar só: no motor de formas (`vforms.js`), nos utilitários de `tokens.css` ou num arquivo de `assets/`. Ninguém redesenha um recurso à mão.

3

NO MÁXIMO TRÊS RECURSOS POR PEÇA.

O QUE MANDA	Grão, Esfera, Eco, Janela, Véu, Cinemascope, Corte do Logo, Cartela, Palavra Sensível, Órbitas, Mapa, Marcadores, Carimbo, Ficha Técnica, Créditos Finais, Prova, Revelação, Duotom, Anel e Assinatura Pro: some até três. O Grão conta como um.
POR QUÊ	A L5 pede uma luz por cena. Recurso demais vira fantasia de marca e apaga a mão, que é o personagem.
TESTE	Liste os recursos visíveis na peça. Passou de três, tire o que menos serve à crença atacada.

1 UM DISPOSITIVO DE CINEMA POR PEÇA ESTÁTICA.

O QUE MANDA — Faixa Cinemascope, Marcador de Capítulo, Corte do Logo e Revelação contam como dispositivos de cinema. Nunca dois na mesma peça estática.

POR QUÊ — A metáfora da sala escura gera regras; ela não é decoração. Claquete, rolo de filme, contagem regressiva e as palavras de set de filmagem ficam fora de toda peça pública.

TESTE — Circule os dispositivos de cinema. Mais de um, a peça volta.

OS VINTE RECURSOS ASSINATURA

RECURSO	O QUE FAZ	ONDE MORA	CINEMA	SEÇÃO
Grão do Vazio	O preto vira película	`.grao` · `grao-240.webp`	não	21
Esfera do Vazio	O símbolo do vazio, a única ilustração	`esfera` · `esfera-1080.webp`	não	21
Eco do VOID	O logotipo oficial desfocado ao fundo	`eco`	não	21
Janela de Luz	A única luz, do alto à esquerda	`.janela-luz` · `janela`	não	21
Véu de Leitura	Sala entre a foto e o texto	`.veu-esquerda` · `.veu-base` · `veu`	não	22
Faixa Cinemascope	Foto em 2,39 por 1 entre faixas pretas	`cinemascope`	sim	22
Corte do Logo	O logotipo gigante sangrando pela borda	`corte-logo`	sim	22
Cartela	O intertítulo em Sala	modelo R2 do `kit-social.html`	não	22
Palavra Sensível	A voz em off dentro do letreiro	`.off`	não	23
Órbitas da Trilha	Os símbolos dos selos como trajetória	`orbita`	não	23
Mapa da Trilha	Três círculos tangentes: o caminho	`mapa-trilha`	não	23
Marcador de Estação e de Capítulo	Produto ou rito em 14 px; capítulo da VSL e cartão do carrossel	`marcador-estacao` · `marcador-capitulo`	só o de Capítulo	24
Selo como Carimbo e Palavra de Produto	O selo assina; o nome vira marca d'água	`selo` · composição da peça	não	24
Ficha Técnica	O crédito de peça premium	texto em Crédito	não	24
Créditos Finais e Letreiro Corrido	O rodapé literal, único	`rodape`	não	24
Crédito de Prova	A régua com marca de origem	`.prova` · `vviz.js`	não	25
Revelação	A imagem que surge do grão	animação de 900 ms	sim	25
Duotom de Produto	A cor do produto na foto de produto	filtro SVG · LUT `.cube`	não	25
Anel de Preenchimento	A trilha pessoal na área de membros	`anel`	não	25
Assinatura de Produto do Pro	A única pílula do sistema	arquivos oficiais do logotipo e do selo	não	25

Os nomes de forma entre códigos (`esfera`, `orbita` e os demais) são chamados ao motor por `data-vforms` ou por `VForms.svg(forma, opções)`, que devolve o SVG pronto para levar ao Figma ou ao

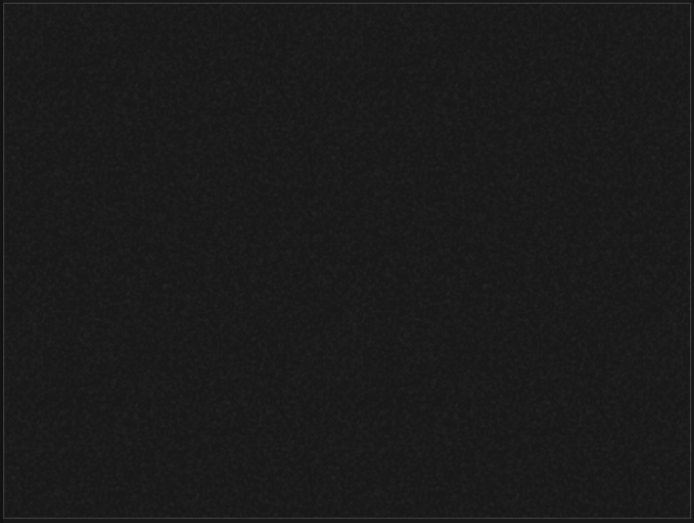
Canva. Toda cor sai em HEX de token; o motor recusa logotipo digitado e selo abaixo de 96 px.

21.2

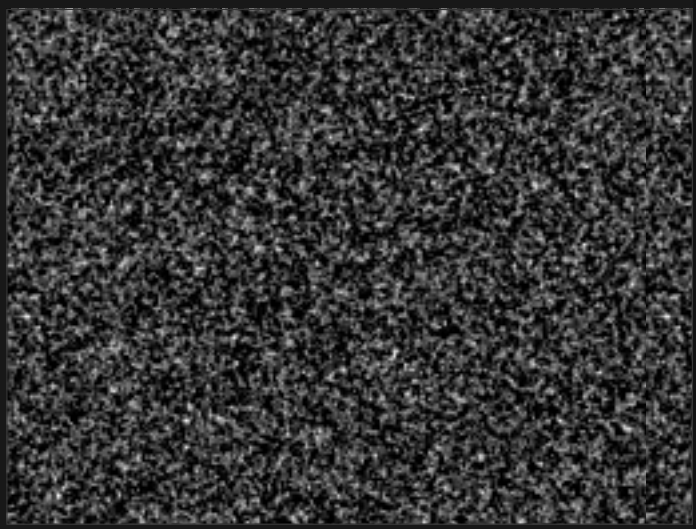
Grão do Vazio

Ruído monocromático fino sobre todo campo escuro, como película. É o que transforma o preto em matéria. Está ligado neste manual inteiro.

MEDIDA	Opacidade de **6% no escuro** (mistura em tela, `screen`) e **4% no claro** (mistura multiplicada). Ladrilho de 240 px sem emenda.
USA	Todo campo Sala, Bastidor e Nanquim; toda foto; o Modo Leitura, mais leve.
NÃO USA	Dentro de campo de formulário; sobre o logotipo; com mistura que reduza o contraste de texto pequeno.
MOVIMENTO	Parado no site. No vídeo, troca a cada 2 quadros a 24 quadros por segundo.
PRODUÇÃO	Arquivo `assets/textura/grao-240.webp` (escuro) e `grao-240-claro.webp`. O SVG de ruído é a referência e a reserva.

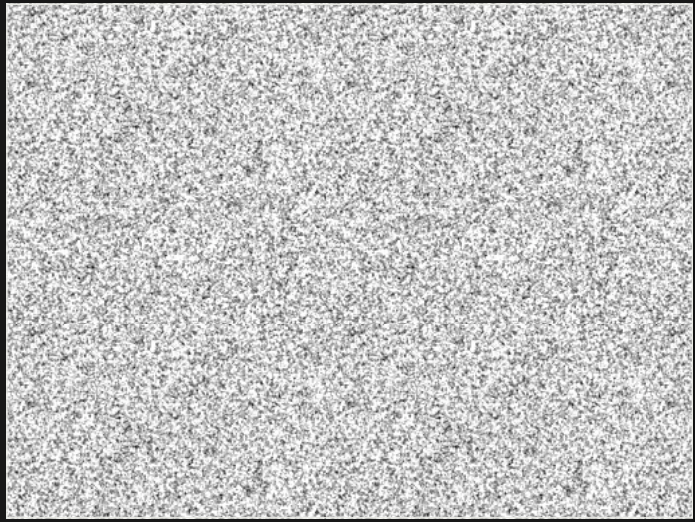


Sala com Grão a 6%. Em uso real: quase invisível, só tira o preto do digital.



O ladrilho a 100%, ampliado duas vezes. Só para ver o desenho do ruído; nunca vai assim para a peça.

Tela com Grão a 4%. No Modo Leitura, a página de papel ganha a mesma película.



O ladrilho claro a 100%, ampliado. Pontos escuros, multiplicados sobre a Tela.

Foto P&B, arquivo do acervo. O arquivo tratado não leva grão: ele vem no layout.

A mesma foto com o Grão do layout. Aqui a 12% para aparecer na tela; na peça, 6%. Foto: acervo The VOID.

CSS

```
/* tokens.css já traz .grao; em produção, troque a imagem de reserva pelo ladrilho */
.grao{position:relative;isolation:isolate}
.grao::after{content:"";position:absolute;inset:0;pointer-events:none;z-index:1;
  opacity:var(--grao-opacidade,.06);mix-blend-mode:screen;
  background-image:url("assets/textura/grao-240.webp")}
.modo-leitura .grao::after{--grao-opacidade:.04;mix-blend-mode:multiply;
  background-image:url("assets/textura/grao-240-claro.webp")}
```

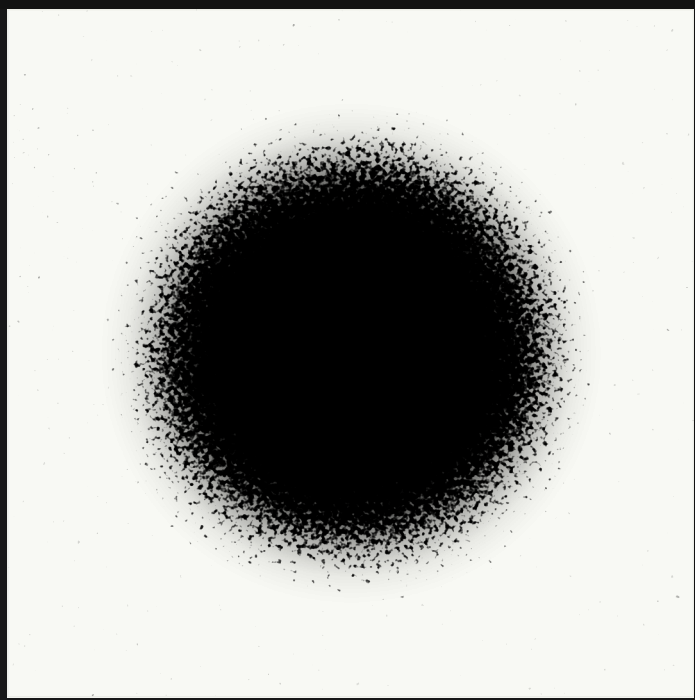
21.3

Esfera do Vazio

O círculo de borda de aerógrafo do slide 16: o símbolo do vazio e a única ilustração da marca. Ela aparece onde ainda não há nada, para dizer que ali vai haver.

MEDIDA	Diâmetro de **40% a 60% do lado menor** da peça; de **96 a 160 px** em estado vazio. No escuro, Penumbra a 60%; no claro, Nanquim.
USA	Abertura de vídeo, estado vazio da área de membros, página de obrigado (Pós-Créditos), página 404, carregamento, capa de manifesto, fundo de cartela de pergunta.
NÃO USA	Atrás de rosto ou de texto corrido; mais de uma por peça; colorida; junto com o Eco do VOID.
CONSTRUÇÃO	SVG inline com filtro de ruído, que funciona nos três motores de navegador. Proibida a máscara CSS apontando para um `<mask>` SVG. Para impressão e vídeo, `esfera-3000.png`; na web, `esfera-1080.webp`.

Estado vazio do Meu Traço. Esfera em Penumbra a 60%, a linha que nomeia o vazio, a linha que convida e um botão.



No claro, Nanquim. Capa de manifesto impressa ou página de obrigado no Modo Leitura; a borda continua de spray, nunca um círculo duro.

HTML

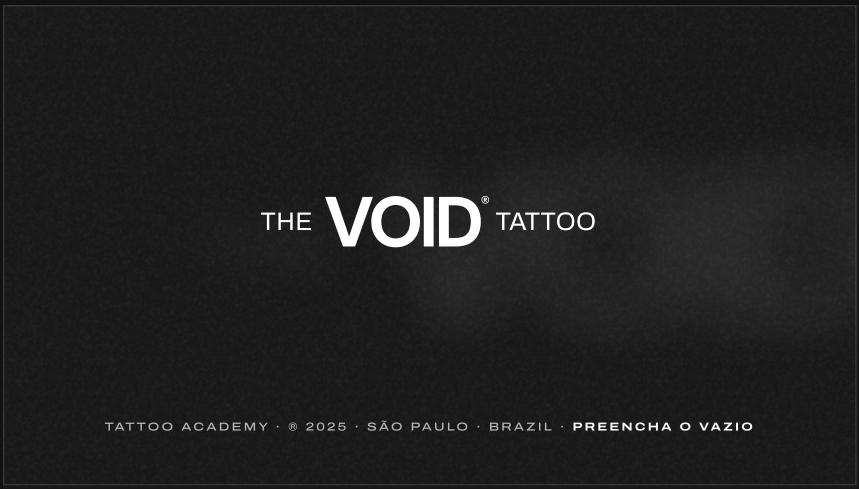
```
<!-- pelo motor (escolhe a cor pelo tema e o tamanho do grão pelo tamanho na tela) -->
<div data-vforms="esfera" style="width:140px;aspect-ratio:1"></div>
<!-- arquivo pré-renderizado, com o grão real -->
<img src="assets/textura/esfera-1080.webp" width="1080" height="1080" alt="">
```

21.4

Eco do VOID

O logotipo oficial ampliado e desfocado atrás da composição, como nos slides 14 e 15. É assim que o cinza entra na marca sem existir logotipo cinza.

MEDIDA	Arquivo `void-horizontal-branco.svg` (no claro, o preto) com desfoque de 18 a 40 px, opacidade de 12%, escala de 1,6 e deslocado 18% para a direita, sangrando.
USA	Capa institucional, fecho de vídeo, cabeçalho do site, cartaz de evento, Créditos Finais da LP, página de obrigado.
NÃO USA	Em Campo de Produto; atrás de texto corrido; em superfície com menos de 600 px de largura; junto com a Esfera.
CONTAGEM	O Eco não conta como segunda aparição do logotipo: a regra "logotipo nítido uma vez por peça" continua valendo para a assinatura.



FECHO DE VÍDEO · 1920 POR 1080

Fecho de vídeo de marca, 1,5 a 2 segundos. Sala, Eco, logotipo branco e Créditos Finais, seguidos da assinatura sonora. Recursos: Grão, Eco e Créditos Finais (três de três).

HTML E CSS

```
<img class="eco" src="assets/brand/svg/void-horizontal-branco.svg" alt="" aria-hidden="true">
.eco{position:absolute;right:0;top:50%;width:min(1100px,90%);opacity:.12;pointer-events:none;
  filter:blur(clamp(18px,2.6vw,40px));transform:translateY(-50%) scale(1.6) translateX(18%)}
@media (max-width:599px){.eco{display:none}} /* abaixo de 600 px não existe Eco */
```

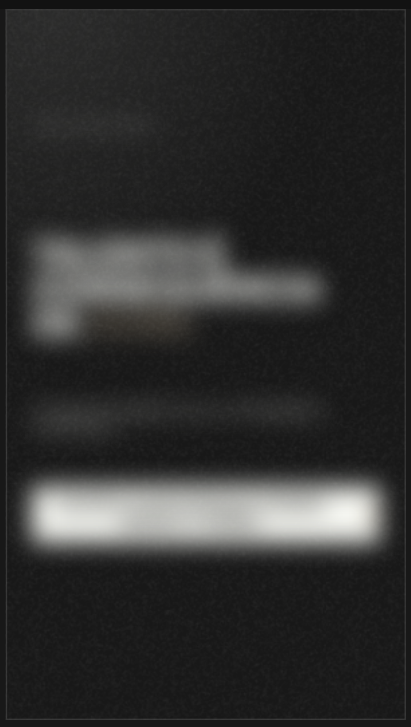
21.5

Janela de Luz

A única fonte de luz da cena, entrando pelo canto superior esquerdo como no slide 12. Materializa a lei "uma luz por cena" sem usar sombra.

MEDIDA	Gradiente radial de 110% por 75%, centrado em 12% da largura e no topo, saindo de Tela a 9% e sumindo em 62%. É gradiente de luz, nunca de cor.
USA	Hero sem foto, cartela, cabeçalho de e-mail, capa de VSL, tela Hoje da área de membros.
NÃO USA	Sobre foto; no Modo Leitura; duas por peça; colorida.
TESTE DA L5	Desfoque a captura da primeira dobra em 12 px, como um olho semicerrado: o primeiro ponto claro tem que ser o botão. A Janela ilumina o campo, nunca disputa com ele.

PRIMEIRA DOBRA · 1080 POR 1920



A MESMA, COM 12 PX DE DESFOQUE · 1080 POR 1920

ASSIM

Com foto, a luz é a da foto: a luminária de cima recorta mão e máquina, e o resto cai para o preto. A Janela de Luz sai. Foto: acervo The VOID.

ASSIM NÃO

Janela de Luz por cima da foto: duas luzes brigando na mesma cena, e a de mentira lava os pretos.

Na dobra desfocada, o título vira mancha clara, mas a superfície clara mais forte e mais compacta é o botão, e a luz da Janela só aquece o canto de onde a leitura começa. Recursos usados: Grão, Janela de Luz e Palavra Sensível (três de três).

CSS

```
.janela-luz{background:radial-gradient(110% 75% at 12% 0%,rgb(248 249 244 / .09) 0%,rgb(248 249 244 / 0) 62%),var(--sala)}
```

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 6.1 a 6.4, 2 e 7.4); Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 12, 14, 15, 16, 19 e 21); Brand DNA da The VOID, set/2026 (seção 9); pesquisa de ativos técnicos da marca, GrowAI, out/2026.

22

RECURSOS ASSINATURA

QUEM DIVIDE O *quadro*

Os recursos que decidem como a imagem e o texto dividem o quadro: o Véu que garante a leitura sobre foto, a faixa de cinema, o logotipo cortado pela borda e a Cartela, o intertítulo da montagem.

EM UM MINUTO

- Véu padrão de 70%; nunca menos de 62% sob texto abaixo de 24 px. O valor é conferido no pixel mais claro sob o texto, não no meio da foto.
- Cinemascope e Corte do Logo são dispositivos de cinema: um por peça estática, nunca os dois juntos.
- O Corte do Logo usa sempre o arquivo oficial e corta só entre letras inteiras, com o logotipo completo assinando em outro ponto.
- A Cartela tem até 6 palavras no letreiro, uma linha na voz em off e nenhuma foto; nunca duas seguidas.

22.1

Véu de Leitura, conferido no pior pixel

A camada de Sala entre foto e texto. A razão de contraste é calculada contra o branco puro, o pixel mais claro que uma foto pode ter. Mexa no quadro abaixo: ele mede de verdade o pixel mais claro debaixo do texto.

Formação de tatuagem do zero, na Vila Madalena, em São Paulo.

Foto real, vista de cima. O filme plástico brilha em branco puro embaixo, à esquerda (o pior caso); a camiseta forma a massa escura à direita. A medida usa o pixel mais claro de cada quadrado de 10 px do arquivo. Foto: acervo The VOID.

VÉU SOB O TEXTO

TEXTO

ONDE O TEXTO CAI

LEITURA DO PIOR PIXEL

6,22:1

Pixel mais claro sob o texto: `#5D5D5D` (antes do véu: `#FFFFFF`).

LIBERADO

Texto abaixo de 24 px com 4,5:1 ou mais e véu de pelo menos 62%.

OS CINCO VÉUS, MEDIDOS SOBRE BRANCO PURO

VÉU	COR NO PIOR PIXEL	TELA SOBRE ELE	O QUE PODE IR EM CIMA
75%	`#525252`	7,39:1	Caixa de legenda de vídeo; Areia como palavra de destaque (4,66:1)
70% (padrão)	`#5D5D5D`	6,22:1	Qualquer texto. É o ponto de partida de toda foto com texto
62% (mínimo)	`#707070`	4,68:1	Piso sob qualquer texto abaixo de 24 px
55%	`#808080`	3,73:1	Só título de 24 px ou mais
48%	`#909090`	3,02:1	Só título de 32 px ou mais, sobre região da foto já escura e com amostragem conferida

Como o quadro decide: o texto abaixo de 24 px precisa de 4,5:1 e de véu de 62% ou mais; o título de 24 px precisa de véu de 55% ou mais e 3:1 medido; o título de 32 px pode descer a 48% só quando o pixel mais claro da região, antes do véu, já é escuro (até o cinza médio). O degradê é localizado: rosto e mão continuam vivos fora da área do texto.

CSS

```
--veu:rgb(24 24 24 / .70);
.veu-esquerda{background:linear-gradient(90deg,rgb(24 24 24 / .78) 0%,rgb(24 24 24 / .70) 42%,rgb(24 24 24 / 0) 72%)}
.veu-base{background:linear-gradient(0deg,rgb(24 24 24 / .78) 0%,rgb(24 24 24 / .70) 38%,rgb(24 24 24 / 0) 70%)}
```

22.2

Faixa Cinemascope

A foto recortada em 2,39 por 1 entre faixas pretas, com o título na faixa de cima e o Crédito na de baixo. Dá peso de filme a um bastidor comum.

MEDIDA	Em 1080 por 1350: faixa de foto de 1080 por 452 com topo em y = 449, sobre campo Nanquim. No vídeo, as faixas fecham do quadro cheio até 2,39 em 600 ms.

USA	Post de bastidor e de manifesto, cabeçalho de artigo, capa de capítulo da VSL, e-mail e cartão de marco.
NÃO USA	Depoimento; story e Reels; thumbnail; junto com outro dispositivo de cinema.
FOTO	Real e autorizada, P&B pelo preset Ritual. A faixa recorta: o ponto de interesse fica num cruzamento dos terços.

CINEMASCOPE, FEED · 1080 POR 1350

Modelo R3. Frase do Ritual do Traço no letreiro, Marcador de Estação em texto na faixa de baixo. A faixa recorta a aula prática em pele sintética: o texto fica no preto, nunca sobre a foto. Foto: acervo The VOID.

HTML

```
<div data-vforms='{"forma":"cinemascope","titulo":"Todo mundo\ncomeça com\num traço","credito":"Start · Ritual do
Traço","foto":"foto-autorizada.webp"}'></div>
<!-- ou, em página: -->
<img class="cinemascope" src="foto-autorizada.webp" alt="...">
.cinemascope{aspect-ratio:2.39/1;object-fit:cover;width:100%}
```

22.3

Corte do Logo

O logotipo gigante sangrando pela borda, como nos slides 17, 33, 38 e 41. Sempre o arquivo oficial dentro de uma janela que corta, e só entre letras inteiras.

MEDIDA	Altura do VOID entre **70% e 110% da altura da peça**. Opacidade de 100% ou de 8% como textura. Cortes possíveis: VO, VOI, VOID, I, ID e D (medidos no vetor: entre o V e o O não há vão).
USA	Cartaz de evento, capa institucional, Campo de Produto, capa de carrossel, página 404.
NÃO USA	Sem o logotipo completo em tamanho de assinatura em outro ponto; em anúncio de conversão; sobre rosto; em cor; com letra cortada ao meio ou o ® cortado.
FORMATO	Em 16:9 o corte VOI ocupa cerca de 76% da altura. Em 4:5 e 1:1 nenhum corte entre letras inteiras chega a 70%; o motor desenha o maior possível e avisa. PROPOSTA aceitar de 50% a 110% em peça vertical, a confirmar com a direção de arte.

LETREIRO, CARTAZ DE EVENTO · 1920 POR 1080

Modelo R6, Letreiro. Corte VOI a 100% preso ao topo; o logotipo completo assina no rodapé. Data e local só entram confirmados; até lá, o colchete marca o lugar e a peça não sai.

CAPA INSTITUCIONAL SOBRE FOTO · 1920 POR 1080

Capa institucional sobre foto. A bancada sem rosto recebe o corte VOI a 8%, como textura; o título fica no Véu de base e o logotipo completo assina no rodapé. Corte a 100% só sobre campo ou sobre foto sem rosto. Foto: acervo The VOID.

ASSIM

Corte VO a 8%, como textura de fundo de capa. O corte cai no vão entre o O e o I.

ASSIM NÃO

Corte no meio do V e do D. Letra pela metade deixa de ser letreiro e vira forma solta.

22.4

Cartela

O intertítulo da montagem: uma tela em Sala com grão e Janela de Luz, uma frase em Archivo e uma linha na voz em off. É a respiração entre uma cena e um documento.

MEDIDA	Frase de até 14 palavras; Título de Filme em até 3 linhas e 6 palavras; voz em off em 1 linha; Crédito no pé; margem de 72 u. Nenhuma foto, nenhum ícone.
USA	Carrossel (abertura, virada, fecho), VSL, Reels de manifesto, separador de seção da LP, e-mail de marco.
NÃO USA	Duas seguidas num carrossel; para preço e condição de oferta (isso é documento, em Modo Leitura).
NA VSL	Cinco tipos: Vazio (a crença), Virada (a verdade, com Palavra Sensível), Prova (Numeral de Prova com Crédito na mesma tela), Oferta (a única tela clara, um item por tela) e Ação (o rótulo do botão dito e escrito).

CARTELA DE VIRADA, CARROSSEL · 1080 POR 1350

CARTELA DO VAZIO, VSL · 1920 POR 1080

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 1, 3.4, 6.5 a 6.8, 12.2 e 12.3); Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 17, 33, 38, 41 e 60); Brand DNA da The VOID, set/2026 (seções 6 e 9); motor de formas `vforms.js`, medidas de corte tiradas do vetor oficial.

23

RECURSOS ASSINATURA

A PALAVRA E O *caminho*

A voz em off dentro do letreiro, as trajetórias tiradas dos selos e o diagrama-mãe da escola: três círculos tangentes que mostram o vazio e o caminho para preenchê-lo.

EM UM MINUTO

- A Palavra Sensível é a única palavra em itálico do título: uma linha por bloco, até 7 palavras, nunca em botão, número ou instrução.
- Cada produto tem sua palavra de assinatura e sua órbita; o institucional não tem órbita, só a Esfera.
- O Mapa da Trilha tem raios 65, 150 e 232 tangentes em x = 250 (proporção 1 : 2,3 : 3,6) e vira vertical nativo no celular.

23.1

Palavra Sensível

A voz em off entra no letreiro para dizer a palavra que sente. Escolha o produto: a palavra de assinatura e a cor de destaque trocam juntas, com um único atributo.

O SEU CHAMADO PARA A ARTE
acabou de chegar

PALAVRA DE ASSINATURA

o primeiro passo

ONDE A COR MORA

Na palavra, no selo, no campo, no grafismo e na seta do botão. Nunca no logotipo, que fica preto ou branco.

DESTAQUE NO ESCURO

Areia #DBC5A3, 10,59:1 sobre Sala.

ASSIM

É SOBRE *continuar,*
MESMO SEM *certeza*

No máximo duas palavras soltas na mesma linha, como no slide 24. Tamanho de 1,2 vez o Archivo da linha, entreletra 0.

ASSIM NÃO

Turma começa em 06/10

Data, preço, número, instrução, nome de pessoa e texto legal nunca vão na voz em off. Abaixo de 24 px, nunca em terracota pura.

HTML E CSS

```
<h1 class="titulo-filme">O SEU CHAMADO PARA A ARTE <em class="off">acabou de chegar</em></h1>
.off{font-family:var(--font-off);font-style:italic;font-weight:300;font-variation-settings:"opsz" 72;
  font-size:1.2em;text-transform:none;letter-spacing:0;color:var(--estacao-destaque,inherit)}
```

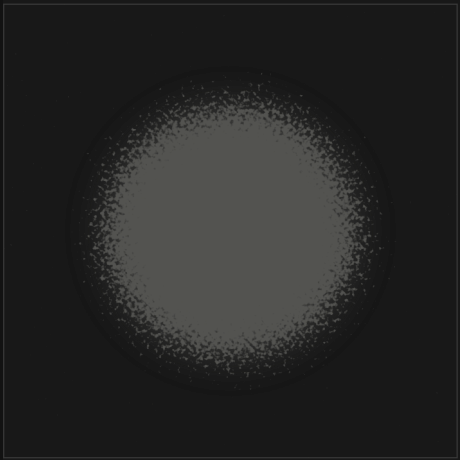
As oito regras da voz em off e as duas exceções em caixa alta estão em 20 · A voz em off e regras gerais.

[P 3] Licença da Alga para web, aplicativo e vídeo. Até a licença existir, todo material público usa Newsreader Italic 300, como este manual.

23.2

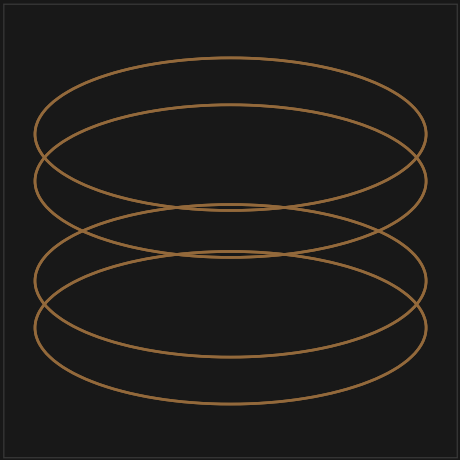
Órbitas da Trilha

Os símbolos dos selos simples levados para a composição como trajetórias de luz, medidos nos vetores oficiais. São linhas paradas: movimento só na abertura de vídeo.



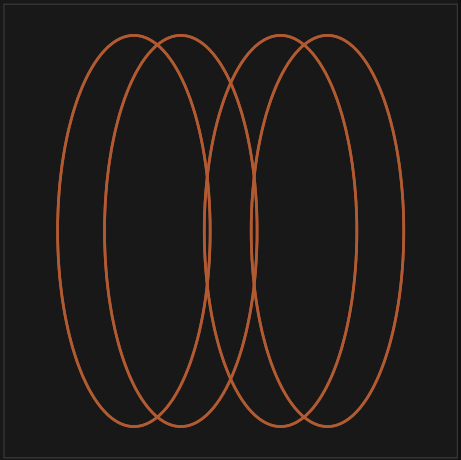
Institucional

Nenhuma órbita: o motor recusa. O institucional fala com a Esfera.



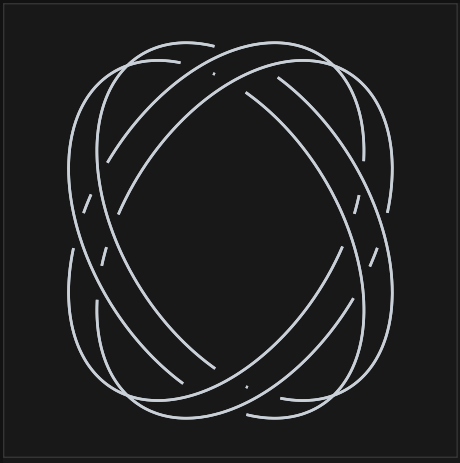
Start

Duas elipses horizontais empilhadas; o conjunto mede cerca de 1,13 de largura para 1 de altura.



Master

Duas elipses verticais lado a lado; cerca de 0,89 de largura para 1.



Pro

Duas elipses entrelaçadas a ±32° da vertical, menor sobre maior de 0,63, com interrupção de 6 px nos cruzamentos.

VOIDERS

Três círculos concêntricos, em Tela a 28%.

TRAÇO	1,5 px no documento, 2 u na peça, espessura fixa em qualquer escala. Cor: Tela a 28% ou o grafismo do produto. Nunca preenchidas.
USA	Fundo de peça de produto, capa de módulo na área de membros, abertura de VSL de produto, cabeçalho de e-mail de marco.
NÃO USA	No institucional; sobre rosto ou texto; mais de um conjunto por peça; preenchidas.
LEITURA	Horizontal é base, vertical é crescimento, entrelaçado é domínio. PROPOSTA interpretação da GrowAI, não declarada pela agência.

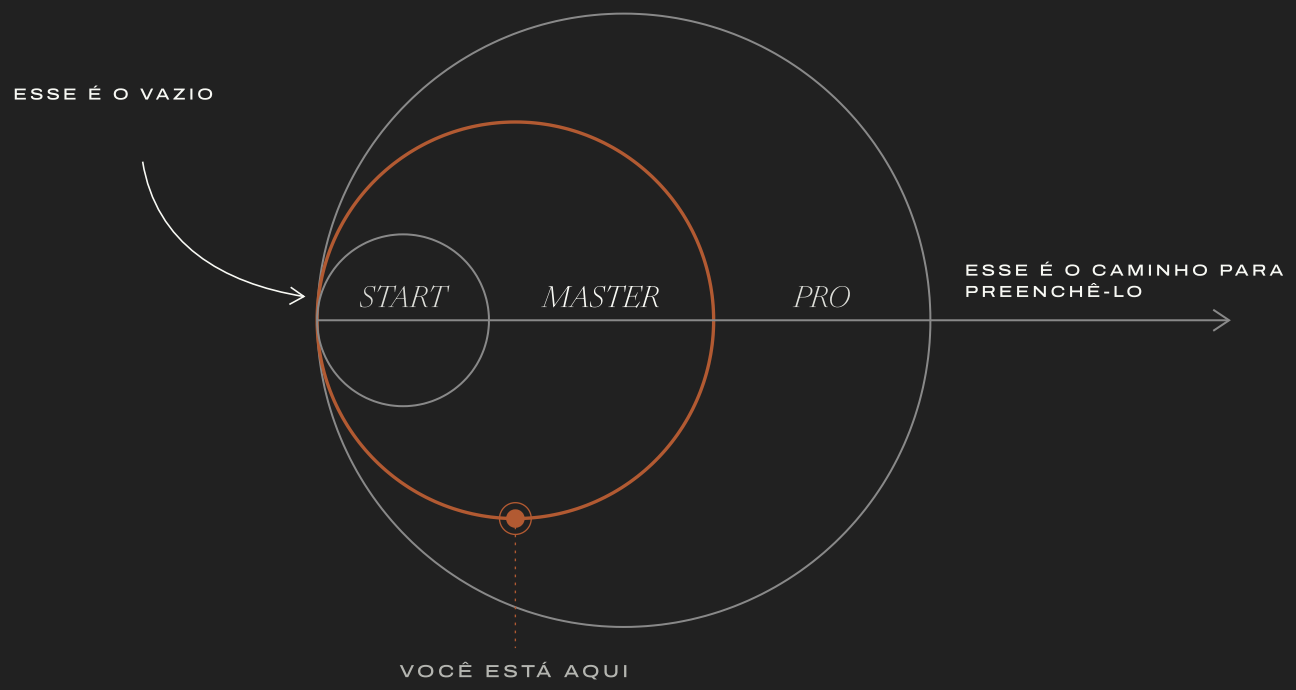
PEÇA DO PRO · 1080 POR 1350

Órbita do Pro como trajetória ao fundo. Em Tela a 28%, longe do texto. Recursos: Grão, Órbitas e Palavra Sensível.

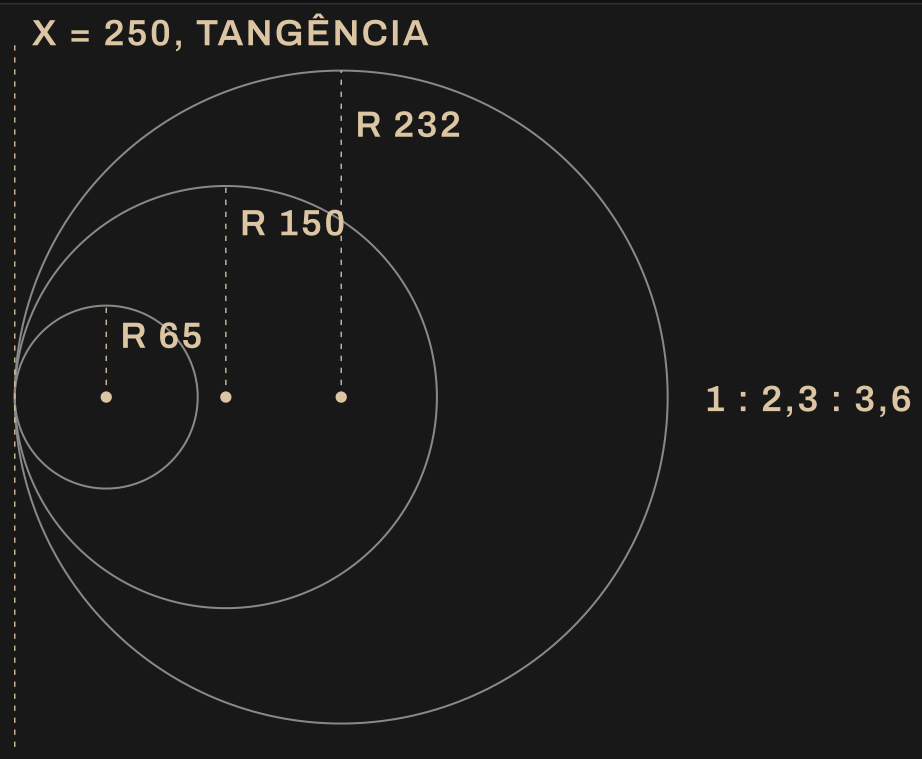
23.3

Mapa da Trilha

O diagrama-mãe do slide 30: três círculos tangentes no mesmo ponto à esquerda, Start, Master e Pro, e uma seta saindo do ponto de tangência. Escolha o produto para acender o círculo.



A versão horizontal serve ao documento e ao computador. Abaixo de 430 px o motor troca pela versão vertical nativa, sem girar o desenho (no computador, ela aparece ao lado). As duas frases ficam em texto real, fora do SVG, para leitura por máquina.



Planta. Medida no slide 30 (raios de cerca de 61, 141 e 218 px) e arredondada para o SVG de raios 65, 150 e 232. Centro menos raio dá 250 nos três: é isso que os faz tangentes.

CÍRCULO ATIVO	Institucional: nenhum, todos em contorno. Start: o menor. Master: o médio. Pro: o maior. VOIDERS: os que a pessoa concluiu. Ativo em traço de 2,5 no grafismo do produto.
NOMES	START, MASTER e PRO na voz em off, em caixa alta: uma das duas exceções nomeadas da regra da voz em off.
✓ USA	Seção de trilha de toda LP, comparativo, página `/trilha/`, Minha Trilha nos membros (com "você está aqui"), VSL no bloco Método, certificado, artigo.
✗ NÃO USA	Sem os nomes; fora de proporção ou sem tangência; com mais de três círculos; com eventos dentro dos círculos.

HTML

```
<!-- o motor gera a versão horizontal ou a vertical nativa conforme a largura -->
<div data-estacao="master">
  <div data-vforms='{"forma":"mapa-trilha","voceEstaAqui":true}'></div>
</div>
<!-- referência estática (cor por classe, nunca var() em atributo) -->
<svg class="mapa-trilha" viewBox="0 0 1000 560" data-ativa="master" role="img" aria-label="Trilha da The VOID: Start, Master e
Pro. Você está no Master.">
 <g class="mt-linhas"><circle class="c-pro" cx="482" cy="280" r="232"/><circle class="c-master" cx="400" cy="280" r="150"/>
<circle class="c-start" cx="315" cy="280" r="65"/>
 <path d="M250 280H940"/><path d="M928 272L940 280L928 288"/></g>
 <g class="mt-nomes"><text x="315" y="270">START</text><text x="465" y="270">MASTER</text><text x="632" y="270">PRO</text></g>
</svg>
```

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 3.5, 4.6, 6.9 a 6.11 e 16); Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 21, 23, 24, 30, 31, 33, 35, 36 e 38); vetores oficiais dos selos simples Start, Master e Pro; Brand DNA da The VOID, set/2026 (seção 9).

24

RECURSOS ASSINATURA

OS CRÉDITOS DA *peça*

O que diz onde a pessoa está, quem assina e como a peça termina: os marcadores, o selo usado como carimbo, a Palavra de Produto, a Ficha Técnica e o rodapé literal, igual em toda parte.

EM UM MINUTO

- O Marcador de Estação mostra o nome do produto ou do rito, nunca a palavra "estação"; uma vez por tela.
- O selo carimba no canto superior direito: completo a partir de 200 px, simples de 96 a 199 px, e abaixo disso não existe selo.
- Os Créditos Finais são um texto literal e único, sem variante por produto; a Ficha Técnica vai no topo de peça premium, nunca na mesma borda.

24.1

Marcador de Estação e Marcador de Capítulo

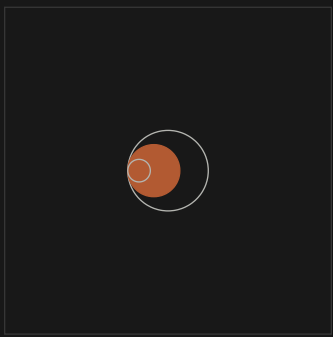
O Marcador de Estação é um Mapa da Trilha de 14 px com o círculo do produto cheio, seguido do nome em Crédito. O Marcador de Capítulo organiza VSL e carrossel com dois dígitos e um fio de 24 por 1 px.

De Estação, em tamanho real

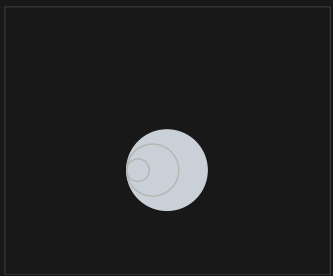
AULA EXPERIMENTAL	institucional: todos em contorno
THE VOID TALKS	evento, também institucional
START · RITUAL DO TRAÇO	produto e rito
THE VOID MASTER	círculo médio cheio
THE VOID PRO	círculo maior em Névoa

Ampliado a 64 px, para ver a construção

Start



Master



Pro

De Capítulo

— CAPÍTULO 02 · O VAZIO	VSL
— 01 / 07 · O VAZIO	carrossel, primeira tela com total
— 02 · A VIRADA	telas do meio sem total

O Marcador de Estação vai no sobretítulo de seção de LP, no e-mail, no artigo e nos cartões da área de membros. O Marcador de Capítulo é dispositivo de cinema: só VSL e carrossel. Capítulos da VSL, sempre estes: O vazio, O método, Quem já fez, A turma e Como entrar.

24.2

Selo como Carimbo e Palavra de Produto

No Campo de Produto do slide 31, o selo assina no canto e o nome do produto vira marca d'água gigante na voz em off, em caixa alta, a 8%. No Pro, a variante vazada em Archivo.

CAMPO DE PRODUTO, START · 1080 POR 1350

CAMPO DE PRODUTO, MASTER · 1080 POR 1350

PEÇA DO PRO, SALA COM FAIXA · 1080 POR 1350

Start: campo #B5966B, texto Sala (6,38:1), logotipo branco como no slide 31. Master: campo #76432B, texto Tela (7,61:1). Pro: Sala com faixa Ardósia e o selo completo, que dispensa disco porque o anel branco externo fica inteiro visível. Campo de Produto é exceção nomeada: uma peça a cada seis no feed, uma tela a cada cinco num carrossel.

SELO	Canto superior direito, ou à direita do logotipo de produto a 1 X. Usa no hero e na oferta da LP de produto, Campo de Produto, capa de VSL de produto, certificado, marco e capa de destaque.
⊗ NUNCA	Girar, recolorir, deformar, sombrear, animar; usar como "selo de garantia" ou "de qualidade"; sobre rosto; em peça institucional sem produto.
PALAVRA	Voz em off 300 itálico a 420 u, entrelinha 0,8, Tela a 8%. Vazada só no Pro: Archivo 800 largura 125, contorno de 2 u em Tela. Nunca com a palavra VOID, que é sempre o arquivo.

Os três tamanhos, pelo motor

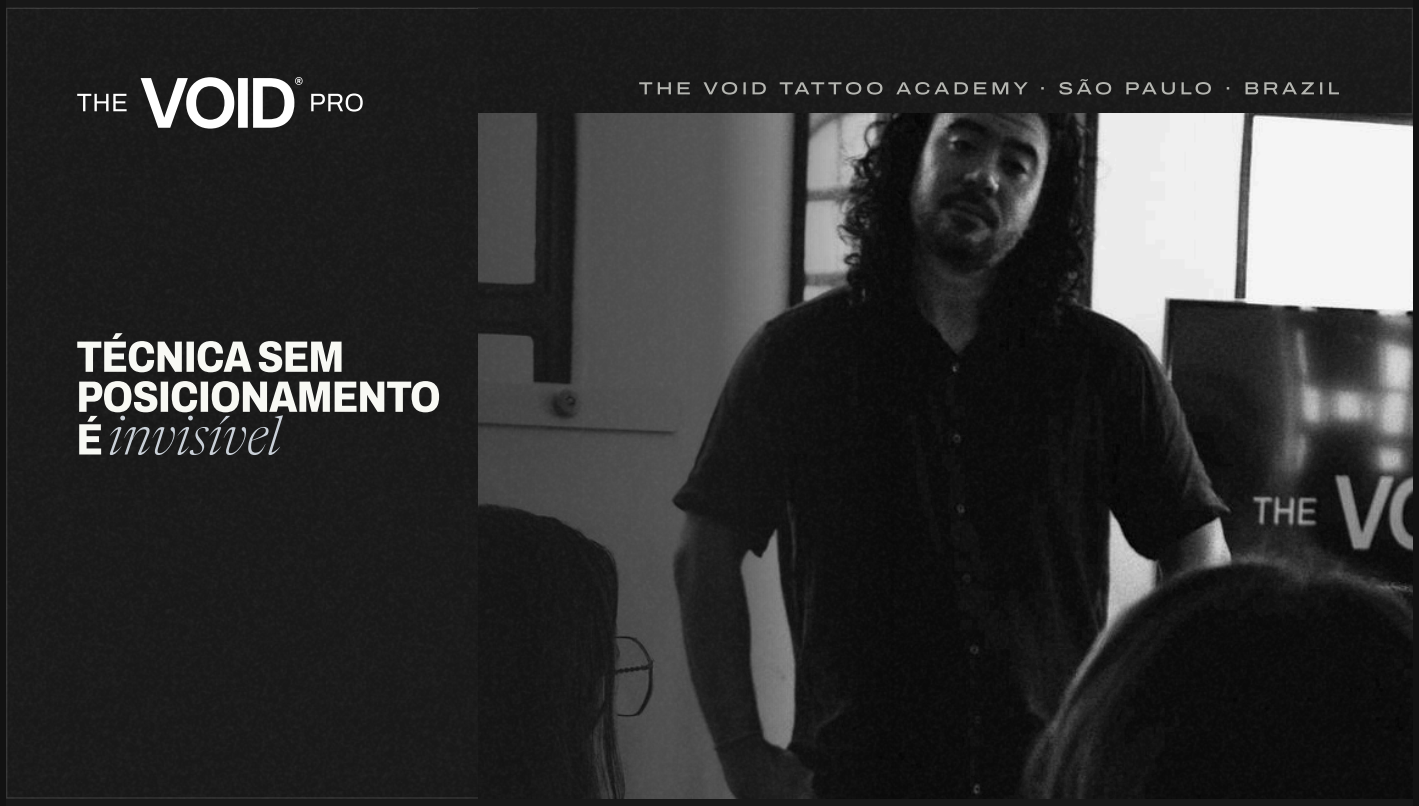
THE VOID START

Master completo a 200 px; Pro simples a 120 px, assentado no disco Coxia com folga de 4% (sobre Sala, a base Nanquim some: 1,18:1); Start pedido a 80 px, que o motor recusa e troca pelo Rótulo de Produto em texto.

24.3

Ficha Técnica

Uma linha de crédito no canto superior das peças premium, como a ficha de um filme. Diz quem é e onde é, e nada mais.



CAPA DE VSL DO PRO · 1280 POR 720

Ficha Técnica no topo, à direita do logotipo de produto. Frase no terço esquerdo, em Sala, com a Palavra Sensível na voz em off; foto da aula do Lucas Tengan nos dois terços da direita com véu; canto inferior direito livre para a duração. Recursos: Grão, Véu e Ficha Técnica. Foto: acervo The VOID.

TEXTO FIXO	`THE VOID TATTOO ACADEMY · SÃO PAULO · BRAZIL` em Crédito, 12 px no documento e 26 u na peça, em Pó.
USA	Pro, capa de LP, capa de VSL, convite de evento, certificado, capa de PDF.
NÃO USA	Post de conversão de topo de funil; na mesma borda do rodapé-assinatura.

[P 5] Ano de fundação a confirmar com a The VOID. Até a confirmação, a Ficha Técnica sai sem "EST", sem "desde" e sem contagem de anos.

24.4

Créditos Finais e Letreiro Corrido

O rodapé-assinatura dos slides 14 e 30, literal e único. Vale para a escola, para os três produtos e para os eventos: frase de produto vai em outra linha, nunca dentro dele.

TATTOO ACADEMY · ® 2025 · SÃO PAULO · BRAZIL · **PREENCHA O VAZIO**

ANATOMIA DOS CRÉDITOS FINAIS

TERMO	REGRA
TATTOO ACADEMY	Sempre com dois T no meio, como no logotipo. A grafia errada que aparece no slide 14 não se repete.
® 2025	Literal dos slides 14 e 30. Não vira ano de fundação nem "desde" [P 5].
SÃO PAULO · BRAZIL	Em Pó, Archivo Crédito 500 largura 125, entreletra de 0,18em; separador ponto médio com 0,9em de cada lado. No celular, quebra depois de BRAZIL.
PREENCHA O VAZIO	O último termo, em 700 e em Tela. É a frase institucional da escola e a última linha que fica.

USA	Rodapé de peça institucional e de marca, cartaz, fecho de vídeo, rodapé de site, LP e e-mail, capa e contracapa de PDF.
NÃO USA	Anúncio 9:16, onde a interface da rede cobre o pé; duas vezes na mesma peça.
CORRIDO	Variante de evento: `THE VOID TATTOO · ® 2025 · SÃO PAULO · BRAZIL` em loop, faixa de 48 a 64 px, 40 px por segundo, pausa ao passar o cursor, parado com movimento reduzido. Só em peça de Talks, Convenção e Formatura e no topo da LP de evento; nunca em LP de venda.

LETREIRO CORRIDO, AO VIVO

THE VOID TATTOO · ® 2025 · SÃO PAULO · BRAZIL · THE VOID TATTOO · ® 2025 · SÃO PAULO · BRAZIL

ASSIM

Descubra sua identidade artística.

TATTOO ACADEMY · ® 2025 · SÃO PAULO · BRAZIL · **PREENCHA O VAZIO**

A frase do produto em outra linha; o rodapé literal, igual.

ASSIM NÃO

START · ® 2025 · SÃO PAULO · **PREENCHA O PRIMEIRO TRAÇO**

Rodapé por produto está vetado. A frase do produto vai em outra linha da peça.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 3.3, 5.2, 5.6, 6.12 a 6.15 e 12.2); Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 14, 19, 21, 30, 31, 38 e 41); vetores oficiais dos selos; Brand DNA da The VOID, set/2026.

25

RECURSOS ASSINATURA

O QUE SE *conquista*

Os recursos que só aparecem quando há algo de verdade para mostrar: a prova com crédito, a imagem que se revela, a cor do produto na foto, o anel que enche com cada marco validado e a assinatura do Pro.

EM UM MINUTO

- Toda prova leva o que mede, recorte, data, fonte e marca de origem. Em validação, o número some e a publicação fica bloqueada.
- Revelação e Duotom são para foto: nunca em botão, texto ou logotipo, e o duotom nunca toca rosto de aluno nem depoimento.
- O Anel de Preenchimento só enche quando professor ou coordenação valida o marco. Assistir aula não enche nada.
- A Assinatura do Pro é a única pílula do sistema; Start e Master assinam com logotipo de produto e selo lado a lado.

25.1

Crédito de Prova

A régua que acompanha todo número, depoimento, avaliação ou dado de mercado. A marca de origem, um fio de 16 por 2 px, diz de onde o número veio antes mesmo da leitura.

[P 15] Nenhum número da The VOID está validado ainda: alunos formados, avaliações, vagas e preços dependem de método de contagem e data. Por isso os exemplos abaixo mostram marcadores de modelo, e nenhum deles vai ao ar com colchete.

[N]

alunos concluíram a formação Start

— contagem da secretaria · turmas até [mês/ano] · registro interno

Fio cheio: **medido**, registro da escola arquivado.

[N]

nota média no Perfil da Empresa no Google

– – [N] avaliações · capturado em [dd/mm/aaaa] · link da página

Fio tracejado: **declarado por terceiro**, com link e data da captura.

[N]

estúdios de tatuagem com cadastro ativo em São Paulo

····· base pública de empresas · atividade de tatuagem · consulta em [mês/ano] · link

Fio pontilhado: **mercado**, estudo ou base externa com link.

dado em validação

alunos formados pela escola

– – método de contagem a definir · ano de fundação a definir

Fio Fumaça tracejado: **em validação**. Existe só no arquivo de trabalho.

NÃO PUBLICAR: BLOQUEIA EXPORTAÇÃO

As cinco partes da régua

01 **O que mede**, em frase: "alunos concluíram a formação Start".

02 **Recorte**: turma, período e base contada.

03 **Data** da contagem ou da captura.

04 **Fonte**: registro interno, link da página ou estudo.

05 **Marca de origem**: cheio, tracejado, pontilhado ou em validação.

SEM PROVA	O número sai da peça. Nunca vira zero e nunca vai com colchete.
MOVIMENTO	Número nunca anima contando até o valor.
SUPERLATIVO	Conta como número sem crédito: os claims da lista de conformidade estão em 33 · Conformidade e prova.
GRÁFICO	O motor `vviz.js` exige a régua inteira e recusa exportar dado em validação: 28 · Dados e gráficos.

DEPOIMENTO, FRASE-MODELO

```
Depoimento real de [nome], aluno da formação [Start/Master/Pro], turma [mês/ano], usado com autorização.
```

HTML

```
<figure class="prova" data-origem="medido">
 <data class="prova-n" value="0">[N]</data>
 <figcaption class="prova-o-que">alunos concluíram a formação Start</figcaption>
 <p class="prova-regua"><span class="origem"></span>contagem da secretaria · turmas até [mês/ano] · registro interno</p>
</figure>
<!-- data-origem: medido · terceiro · mercado · em-validacao -->
```

25.2

Revelação

A imagem que surge do grão, como foto no revelador. Reinterpreta a pixelização dos slides 32 e 37 sem quebrar a imagem em quadrados.

MEDIDA	900 ms na curva Cena, de transparente, desfocado em 10 px, com contraste a 70% e brilho a 60%, até a imagem inteira. No vídeo, dissolve de 12 quadros através de grão a 30%.
USA	Entrada de foto no site, uma vez por imagem; transição de bloco na VSL; abertura de Reels institucional; marco validado na área de membros.
NÃO USA	Em botão, texto ou logotipo. Com movimento reduzido, a imagem aparece direto.

FOTO: ACERVO THE VOID

CSS

```
@keyframes revelar{from{opacity:0;filter:blur(10px) contrast(.7) brightness(.6)}to{opacity:1;filter:none}}
.revelar{animation:revelar var(--t-revelar) var(--curva-cena) both}
@media (prefers-reduced-motion:reduce){.revelar{animation:none}}
```

25.3

Duotom de Produto

A foto P&B ganha a cor do produto: a sombra vai para o tom escuro do produto e a luz para o tom claro. É a forma de a cor do produto entrar na imagem sem pintar a pessoa.

P&B RITUAL

START

Foto P&B e rampa de Nanquim a Branco. Foto: acervo The VOID.

Master. `#21130C` (cor de imagem, não de interface) para Terracota Viva `#C46039`.

Start. Café `#412919` para Areia `#DBC5A3`.

Pro. Sala `#181818` para Névoa `#C9D0D8`.

USA	Só em peça de produto: capa, VSL de produto, separador de módulo, story de produto.
NÃO USA	Em depoimento, rosto de aluno ou Primeira Pele: rosto em duotom perde verdade. Institucional e VOIDERS não têm duotom.
COTA	Duotom é um dos três regimes de cor da fotografia; no máximo uma imagem colorida a cada quatro numa peça ou sequência.
PRODUÇÃO	Na página, o filtro SVG do código abaixo. Em foto e vídeo, as LUTs de 33 pontos: Start, Master e Pro. A LUT mistura em luz linear e dá meios-tons um pouco mais escuros que o filtro de página.

SVG

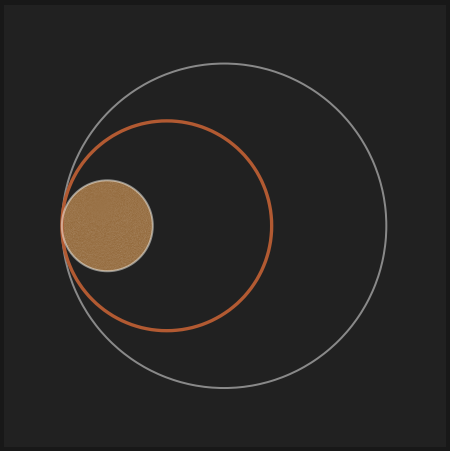
```
<svg width="0" height="0" aria-hidden="true" style="position:absolute"><defs>
 <filter id="duotom-start" color-interpolation-filters="sRGB"><feColorMatrix type="saturate" values="0"/><feComponentTransfer>
  <feFuncR type="table" tableValues=".255 .859"/><feFuncG type="table" tableValues=".161 .773"/><feFuncB type="table"
tableValues=".098 .639"/></feComponentTransfer></filter>
 <filter id="duotom-master" color-interpolation-filters="sRGB"><feColorMatrix type="saturate" values="0"/><feComponentTransfer>
  <feFuncR type="table" tableValues=".129 .769"/><feFuncG type="table" tableValues=".075 .376"/><feFuncB type="table"
tableValues=".047 .224"/></feComponentTransfer></filter>
 <filter id="duotom-pro" color-interpolation-filters="sRGB"><feColorMatrix type="saturate" values="0"/><feComponentTransfer>
  <feFuncR type="table" tableValues=".094 .788"/><feFuncG type="table" tableValues=".094 .816"/><feFuncB type="table"
tableValues=".094 .847"/></feComponentTransfer></filter>
</defs></svg>
<img src="foto-autorizada.webp" style="filter:url(#duotom-master)" alt="...">
```

25.4

Anel de Preenchimento

O Mapa da Trilha pessoal, só na área de membros: a formação concluída fica cheia com a cor da formação e grão; os marcos da formação em curso são pontos no perímetro.

Start em curso. Ritual do Traço validado pelo professor; Primeira Pele e Formatura com Pele em contorno tracejado.



Start concluído, Master em curso. O círculo do Start cheio em Ouro Velho com grão. Os marcos do Master ainda não existem [P 17].

Formação nova, estado vazio. "Este círculo começa a se preencher no seu primeiro marco." Botão: Ver os marcos do Start.

REGRA DE VERDADE	O ponto só enche quando professor ou coordenação valida o marco no sistema. Assistir aula não enche nada. Marco pendente: contorno tracejado de 2 por 3.
MARCOS DO START	Ritual do Traço, Primeira Pele e Formatura com Pele, a 200°, 250° e 300° do perímetro, subindo a partir do ponto de tangência.
NÃO USA	Em anúncio; no topo de funil; como percentual de vídeo assistido; para comparar alunos.
MOVIMENTO	Assentamento de 1.200 ms ao validar um marco; desligado com movimento reduzido.

[P 17] Código de turma, marcos do Master e do Pro e selos de formação concluída no perfil: até a escola definir, o Anel mostra só o círculo da formação em curso, sem pontos.

25.5

Assinatura de Produto do Pro

A composição do slide 37: o THE VOID® oficial, uma pílula de contorno com o selo simples do Pro e a frase do programa, e o PRO do arquivo de produto. É a única pílula de todo o sistema.

ASSINATURA DO PRO · 1920 POR 1080

Recorte do arquivo oficial, nunca texto digitado. O THE VOID® e o PRO saem do mesmo `void-pro-branco.svg`, cortados no vão depois do ®; o selo simples entra no disco Coxia porque está sobre Sala.

MEDIDA	Pílula de contorno de 1,5 px em Tela, raio de 999 px; selo simples do Pro a 96 px ou mais. A frase em Archivo caixa alta, em duas linhas.
REGRA	Não é clicável e não é recurso livre: não vira botão, etiqueta, filtro ou moldura de outra coisa.
START E MASTER	Assinam com o logotipo de produto e o selo lado a lado, sem pílula.
STATUS	PROPOSTA o recorte do arquivo de produto reproduz o slide 37 sem redesenho; o arquivo composto aprovado pela agência substitui este recorte quando existir [P 11].

Start e Master: logotipo e selo

Logotipo de produto a 28 px de altura (mínimo de 24) e selo simples a 96 px, a 1 X de distância (cerca de 10 px nesse tamanho).

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 6.16 a 6.20, 8.1, 11.1 e 12.4); Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 32, 35, 37, 59 a 61); relatório de foto, vídeo e redes, GrowAI, out/2026 (duotons); relatório de conformidade, GrowAI, out/2026 (frase de depoimento); LUTs de `assets/foto/`.

26

SISTEMA

GRADE, FORMA E *movimento*

Cada superfície tem uma grade medida, todo espaço sai de uma escala de módulo 8, a forma é reta ou redonda e o movimento é o de uma câmera. Nada aqui se ajusta a olho.

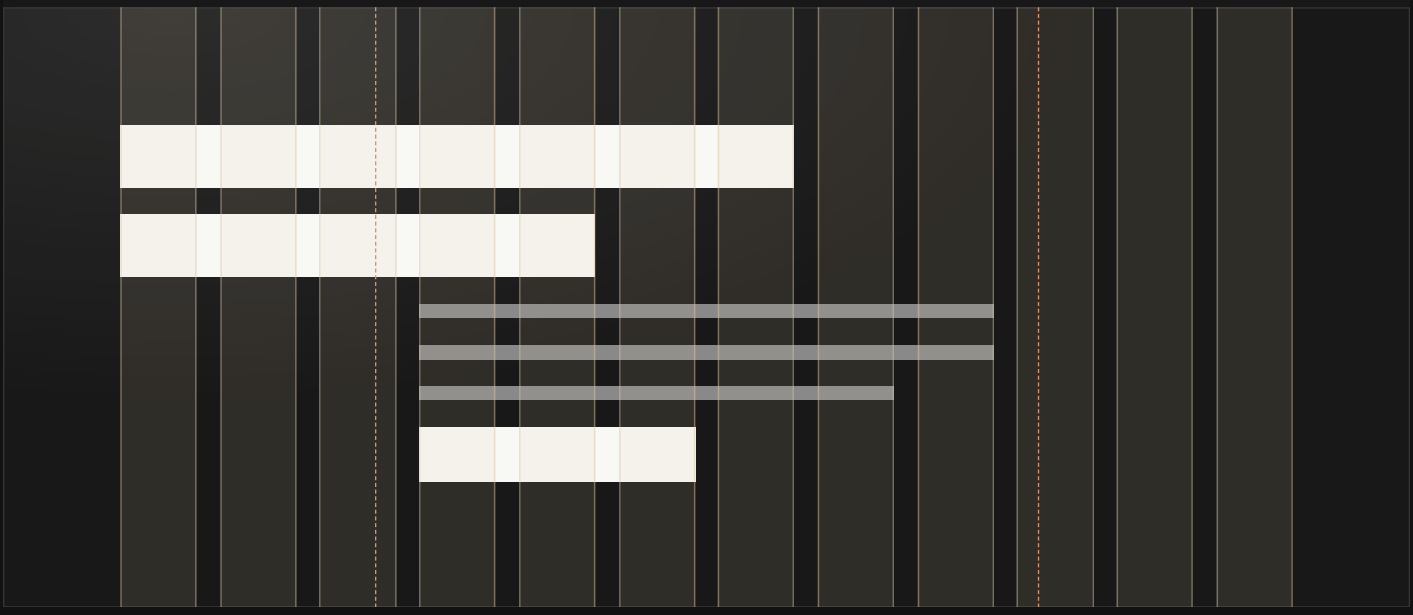
EM UM MINUTO

- Doze colunas no computador, oito no tablet e quatro no celular, com margem de 16 px; seis colunas e margem de 72 u nas peças de 1080.
- Todo espaço é um valor da escala 4, 8, 12, 16, 24, 32, 48, 64, 96, 128 e 192. Valor fora da escala é erro.
- Só existem o retângulo (raio 0) e o círculo (raio 50%). A única pílula é a Assinatura do Pro e nenhuma sombra decora.
- O movimento anima opacidade, foco e enquadramento, em nove durações fechadas. Nada quica; botão, preço e número nunca se mexem.

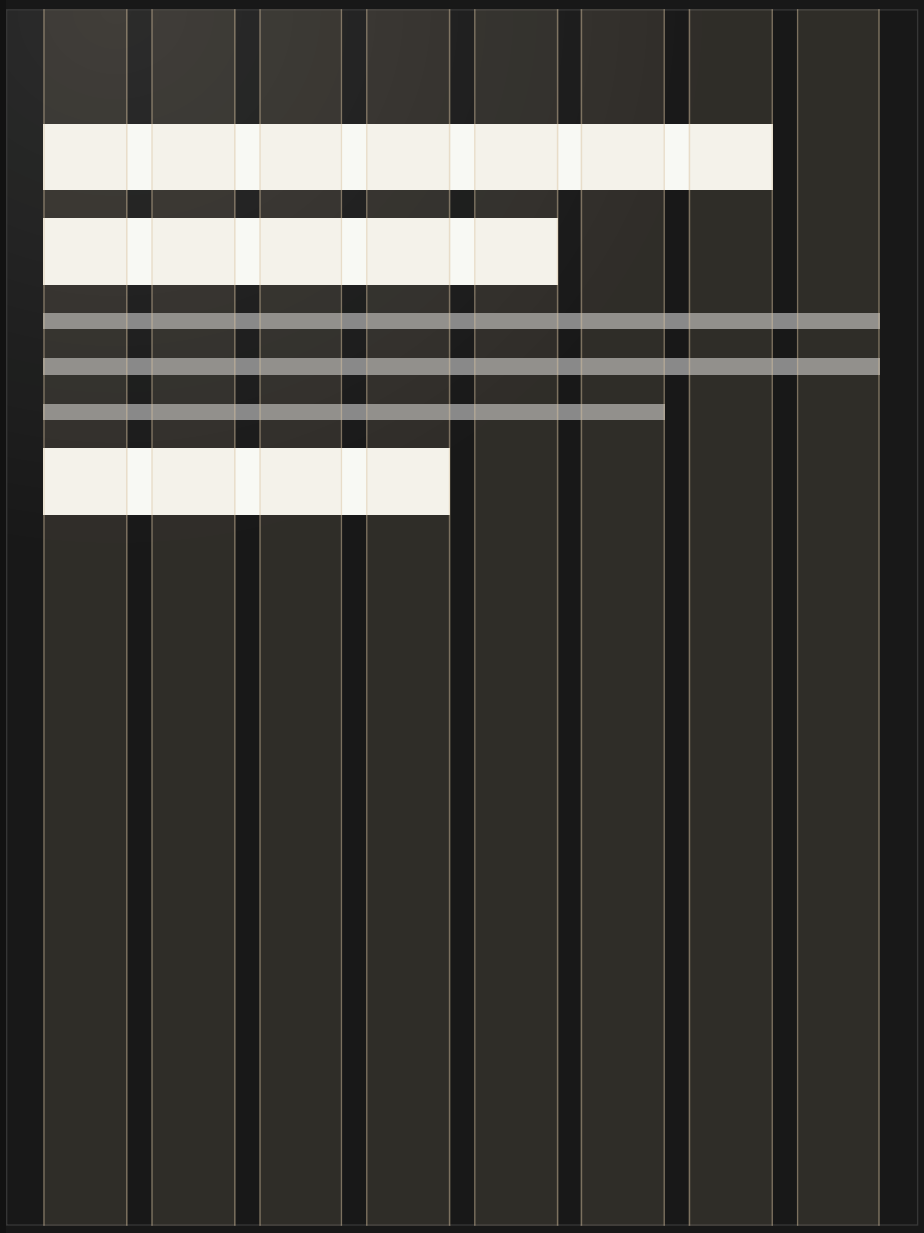
26.1

A grade de cada superfície

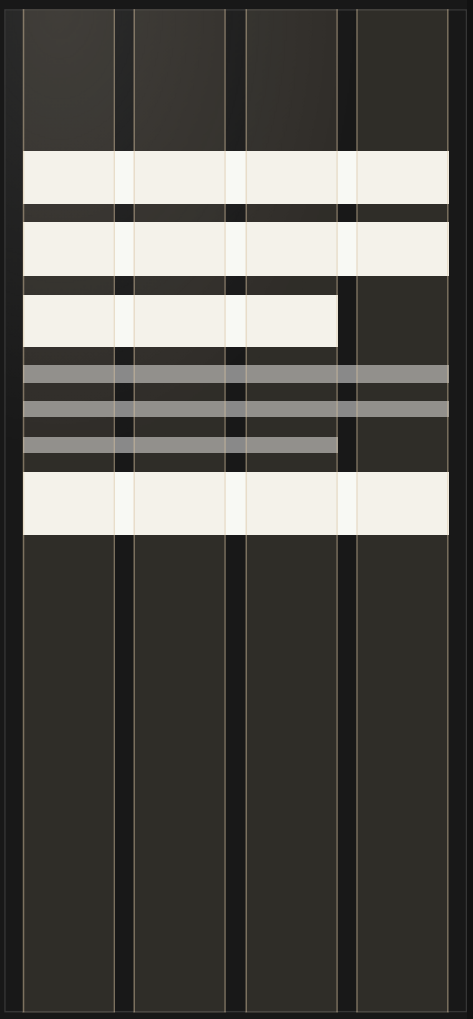
As faixas claras são as colunas, as linhas tracejadas em terracota marcam a coluna de leitura de 680 px. Tudo está em escala: cada desenho foi feito na largura real da tela e reduzido inteiro.



Computador: 12 colunas, conteúdo até 1200 px, margem mínima de 64 px, medianiz de 24 px.



Tablet: 8 colunas, margem de 32 px, medianiz de 20 px.



Celular: 4 colunas, margem e medianiz de 16 px.

Peças em escala real

Nas peças de 1080 a unidade é u, um pixel da arte final. A grade de seis colunas vale para feed e story; vídeo e deck usam doze. O botão de cada peça liga as áreas seguras da casca por cima da grade.

FEED, 6 COLUNAS · 1080 POR 1350

STORY, 6 COLUNAS · 1080 POR 1920

VSL, 12 COLUNAS · 1920 POR 1080

GRADE POR SUPERFÍCIE

SUPERFÍCIE	GRADE	MARGEM	MEDIANIZ	NOTAS
Site e LP, computador	12 colunas, conteúdo até 1200 px	64 px	24 px	Coluna de leitura de 680 px
Tablet	8 colunas	32 px	20 px	
Celular	4 colunas	16 px	16 px	Nada sai da tela entre 320 e 430 px; proibido esconder a rolagem horizontal da página inteira
Feed 1080 por 1350	6 colunas	72 u	24 u	O perfil corta a miniatura em 3:4: título, rosto e botão ficam no miolo de 1012 por 1350, longe das faixas laterais de 34 u
Story e Reels 1080 por 1920	6 colunas	72 u	24 u	Conteúdo entre y = 270 e y = 1500; 120 u livres à direita nos Reels
VSL e YouTube 1920 por 1080	12 colunas	120 px nas laterais, 96 px em cima e embaixo	24 px	Frase no terço esquerdo, imagem nos dois terços direitos
E-mail	1 coluna de 600 px	24 px		Ver seção 35
Deck 1440 por 900	12 colunas	96 px	24 px	Uma ideia por slide

Zonas da primeira dobra

Toda primeira dobra tem três zonas, nesta ordem: o **Vazio**, um título que nomeia a crença da persona; o **Encontro**, uma linha racional que diz o que é e onde é; e a **Ação**, o botão. No celular as três cabem em 640 px de altura, sem rolar.

ENCONTRO

Formação de tatuagem do primeiro traço à carreira, na Vila Madalena, em São Paulo.

AÇÃO

QUERO CONVERSAR SOBRE MINHA TURMA →

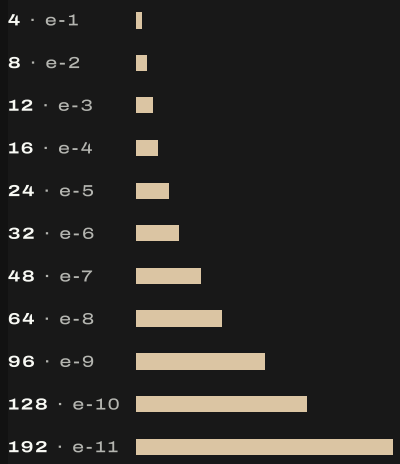
Quando a dobra tem foto, vale a composição de cinema: o ponto de interesse num cruzamento dos terços e o texto no espaço negativo oposto ao olhar ou à mão, que ocupa 40% do quadro. O diagrama está na fotografia, 29.2.

Se o título empurrar o botão para fora da dobra, a regra de largura da seção 18 estreita a letra antes de reduzir o tamanho.

26.2

Espaço de módulo 8

Onze valores, do fio de 4 px ao respiro de 192 px. Cada um é um token (––e–1 a ––e–11); as barras abaixo estão em tamanho real.



THE VOID START

DO ZERO AO PRIMEIRO *traço*

24

Primeiro parágrafo: o que a pessoa aprende e como.

16

Segundo parágrafo: onde e quando.

32

QUERO CONVERSAR SOBRE MINHA TURMA →

12

Microcopy logo abaixo do botão.

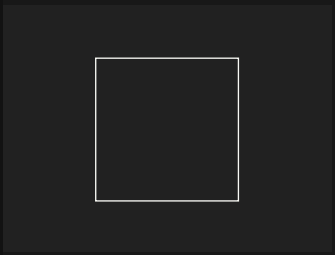
DISTÂNCIAS FIXAS

RELAÇÃO	COMPUTADOR	CELULAR
Entre seções de LP	128 px	96 px
Hero e cartela (respiro de cima e de baixo)	192 px	128 px
Título para corpo	24 px	24 px
Entre parágrafos	16 px	16 px
Corpo para botão	32 px	32 px
Botão para microcopy	12 px	12 px
Peça de 1080	Múltiplos de 8 u	Múltiplos de 8 u

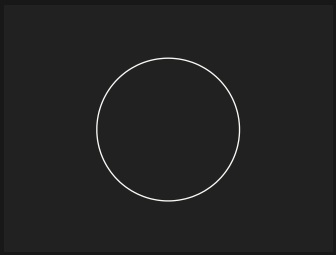
26.3

Duas formas, nenhuma no meio

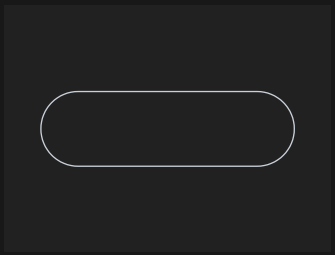
A lei L7 em prática: o retângulo é o letreiro, o círculo é o vazio. A profundidade vem do tom (Sala, Bastidor, Coxia), nunca de sombra.



Raio 0. Foto, vídeo, cartão, seção, campo, botão, tabela, modal, Barra de Turma, Rótulo de Produto.



Raio 50%. Avatar, selo, Esfera, ponto de marco, botão flutuante do WhatsApp.



Raio 999 px, só uma vez. A Assinatura de Produto do Pro, com contorno de 1,5 px (seção 25).

Contorno de foco. 2 px em Areia (Sala no claro), afastado 3 px, sempre visível no teclado.

FORMA E PROFUNDIDADE

A elevação é feita por tom: cada superfície que sobe fica um degrau mais clara (Sala, Bastidor, Coxia), sempre opaca. Sombra só existe no contorno de foco; nada flutua.

O Fio (#363636) separa quando o tom não basta. Ele é só linha, nunca texto.

ELEMENTO	RAIO	BORDA	PROFUNDIDADE
Retângulos (lista ao lado)	0	Fio de 1 px quando precisar separar	Nenhuma sombra; elevação por tom
Círculos	50%		
Assinatura do Pro	999 px	1,5 px	Única pílula
Contorno de foco	0	2 px Areia, afastado 3 px	Sempre visível

ASSIM

Botão reto, o letreiro aceso: a superfície mais clara da dobra, sem sombra.

ASSIM NÃO

Pílula com sombra: forma do meio e profundidade decorativa, as duas vetadas pela L7.

[P 9] O teste A/B 10, botão reto contra pílula, pode reabrir esta regra; até o resultado, o botão é reto.

26.4

Movimento de câmera

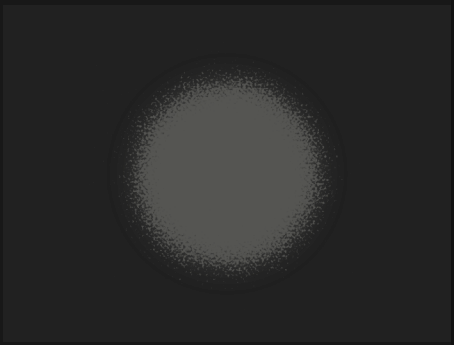
"Sempre em movimento, nunca com pressa." Anima-se opacidade, foco e enquadramento. Toque em reproduzir: cada pista corre com a duração e a curva do seu token.

REPRODUZIR

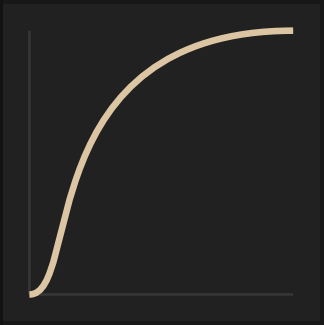
`--t-corte`	0 ms	Troca de aba, estado de formulário
`--t-micro`	120	Botão pressionado, link
`--t-saida`	200	Tudo que sai, sai mais rápido (curva de saída)
`--t-ui`	240	Acordeão, menu, barra fixa
`--t-entrada`	480	Bloco entrando com 16 px de deslocamento
`--t-foco`	700	Puxada de foco, desfoque de 8 px para 0 (curva de foco)
`--t-revelar`	900	Revelação da imagem que surge do grão
`--t-anel`	1200	Assentamento do Anel de Preenchimento (curva de foco)
`--t-abertura`	1200	Abertura de vídeo e da Esfera

`--t-entrada` · opacidade e 16 px de deslocamento, curva Cena.

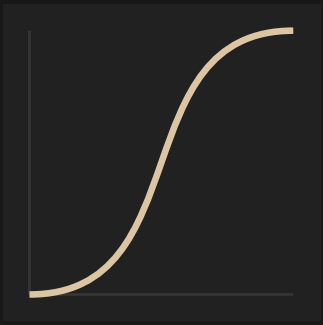
`--t-foco` · desfoque de 8 px para 0, curva de foco.



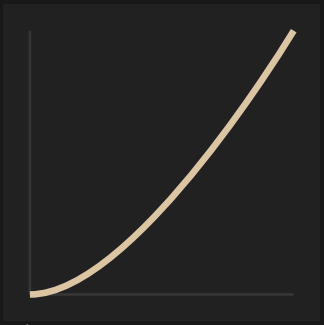
`--t-revelar` · a Esfera surge do grão, como foto no revelador.



Cena `cubic-bezier(.2,0,0,1)` · entrada, interface, revelação, abertura.



Foco `cubic-bezier(.65,0,.35,1)` · puxada de foco e Anel.



Saída `cubic-bezier(.4,0,1,1)` · tudo que sai.

NÃO

O QUE NUNCA ANIMA

NUNCA	Logotipo (só opacidade), selos (nunca giram), grão no site, números (sem contagem até o valor), preço, Barra de Turma, botão (pulso é linguagem de urgência falsa), escala acima de 1,02, paralaxe acima de 8%, confete, brilho correndo.
REDUZIDO	Com `prefers-reduced-motion: reduce`, na impressão e no PDF tudo vira opacidade de 120 ms ou estado final. A Revelação aparece direto.
TESTE	Ative o movimento reduzido no sistema e recarregue a página: nenhuma animação passa de 120 ms e nenhum conteúdo depende dela para aparecer.

CSS

```
:root{
  --curva-cena:cubic-bezier(.2,0,0,1);
  --curva-foco:cubic-bezier(.65,0,.35,1);
  --curva-saida:cubic-bezier(.4,0,1,1);
  --t-corte:0ms; --t-micro:120ms; --t-ui:240ms; --t-entrada:480ms; --t-foco:700ms;
  --t-revelar:900ms; --t-anel:1200ms; --t-abertura:1200ms; --t-saida:200ms;
}
@keyframes revelar{from{opacity:0;filter:blur(10px) contrast(.7) brightness(.6)}to{opacity:1;filter:none}}
@media (prefers-reduced-motion:reduce){
  *,*::before,*::after{animation-duration:1ms!important;
    animation-iteration-count:1!important;transition-duration:120ms!important}
}
```

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 2, L7; 4.3; 7.1 a 7.4); Brand DNA da The VOID, set/2026 (seção 1, "sempre em movimento, nunca com pressa"); tokens.css da The VOID, v1.

27

SISTEMA

ÍCONE SEMPRE COM *palavra*

Um só conjunto, Lucide, em contorno de traço 1,5 com ponta reta, e um significado fixo para cada ícone. Ícone nunca aparece sozinho, nunca enfeita e nunca vira clichê de tatuagem.

EM UM MINUTO

- Lucide em contorno, traço 1,5, ponta reta e canto vivo; 24 px é o padrão, 56 a 72 u na peça de 1080.
- O mapa da casa é fechado: cada ideia tem um ícone e cada ícone tem uma ideia.
- Ícone vai sempre com palavra; estado vai sempre com ícone e palavra, nunca só com cor.
- Caveira, rosa, adaga, chama, sangue, neon, troféu e "level up" ficam fora, em ícone, ilustração e foto.

27.1

Traço 1,5, ponta reta

A ponta reta e o canto vivo conversam com o raio 0 da casa. O desenho do Lucide fica intacto: muda só o acabamento do traço.

16 px · dentro de texto de apoio

20 px · botão e lista

24 px · padrão

32 px · destaque de cartão

56 a 72 u · peça de 1080

ASSIM

Traço 1,5, `stroke-linecap:square` e `stroke-linejoin:miter`: o acabamento da casa.

ASSIM NÃO

O padrão de fábrica do Lucide (traço 2, ponta e canto redondos) fica macio demais ao lado do letreiro.

COR

ÍCONE NA COR DO TEXTO AO LADO

MANDA	O ícone herda a cor da palavra que acompanha. Cor de produto (grafismo ou destaque) só a partir de 24 px. Toda vez que aparece, há uma palavra junto; a única exceção é o botão flutuante do WhatsApp, que leva rótulo acessível.
POR QUÊ	Ícone sozinho não é lido por todo mundo nem por leitor de tela, e a L3 pede estado com ícone e palavra.
TESTE	Cubra a palavra com o dedo: se o ícone sozinho tiver que explicar algo, falta a palavra.

CSS

```
.ic{width:24px;height:24px;fill:none;stroke:currentColor;stroke-width:1.5;
  stroke-linecap:square;stroke-linejoin:miter}
/* o SVG do Lucide é copiado para dentro do HTML: nada de CDN de ícone */
```

27.2

O mapa da casa

Vinte e três ideias, vinte e três ícones. Uma ideia nova pede uma linha nova nesta tabela antes de ir para a peça.

Turma `calendar-days`	Local `map-pin`	Horário `clock`	Conversa `message-circle`	Traço e desenho `pen-line`
Prática `hand`	Vídeo `play`	Capítulo `list-video`	Biossegurança `shield-check`	Portfólio `images`
Feedback `message-square-text`	Professor `user-round`	Comunidade `users-round`	Marco `flag`	Validado `circle-check`
Pendente `circle-dashed`	Bloqueado `lock`	Trilha `route`	Certificado `file-badge`	Dúvida `circle-help`
Fonte da prova `quote`	Indicação `share-2`	Seguir `arrow-right`		

WhatsApp não é Lucide: usa o glifo monocromático do Simple Icons, na cor do texto, nunca no verde do aplicativo. Os únicos ícones próprios da casa são os três símbolos dos selos simples, sempre pelo arquivo oficial e a partir de 96 px (seção 11).

27.3

Estados: ícone, cor e palavra

Os quatro estados da casa em cores terrosas. A palavra carrega o sentido; a cor só confirma. Erro nunca é usado como urgência.

NO ESCURO

- **VALIDADO** Musgo Luz
- **FALTA UM PASSO** Areia
- **NÃO DEU CERTO** Ferrugem Luz, mais o que fazer
- **PARA SABER** Névoa

NO CLARO

- **CONFIRMADO** Musgo
- **ATENÇÃO** Âmbar Fundo
- **NÃO DEU CERTO** Ferrugem, mais o que fazer
- **PARA SABER** Ardósia

Na página do Pro, onde a Névoa também é o acento, o estado informativo só aparece com o ícone `info` e a palavra. Os pares de contraste de cada estado estão na seção 14.

27.4

Clichês vedados

A The VOID fala de processo, não de estética de estúdio. Estes temas ficam fora em ícone, ilustração e foto, mesmo como enfeite pequeno.

- Caveira
- Rosa vermelha
- Adaga
- Chama realista
- Tinta respingando
- Máquina de tatuagem em vetor de banco
- Sangue
- Pele irritada
- Neon
- Vidro fosco
- Gradiente colorido
- Estrela solta fora do selo
- Troféu
- Medalha
- "Level up"

Emoji: nunca na arte, no site, na LP ou na área de membros. No WhatsApp vale a regra da seção 35: nenhum de M1 a M4 e no máximo um, no fim, em mensagem de marco.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 3.1 e 7.5; 12.6 para o WhatsApp); Lucide, licença ISC, desenhos copiados para o HTML.

28

SISTEMA

GRÁFICO SÓ COM *crédito*

Gráfico existe quando o dado existe e tem Crédito de Prova. O motor `vviz.js` desenha seis tipos aprovados nas cores do produto e se recusa a desenhar qualquer gráfico sem a régua completa.

EM UM MINUTO

- Seis tipos: barras, barras horizontais, linha, coluna empilhada de até 3, Numeral de Prova e comparativo de traço (só orgânico).
- Todo gráfico leva título que afirma a conclusão, o que mede, período, base, fonte e marca de origem. Faltou uma parte, o motor não desenha.
- Série principal em Tela, destaque no grafismo do produto, comparação e meta tracejadas em Fumaça; no máximo 3 séries.
- Dado em validação ganha moldura tracejada, fica no arquivo de trabalho e não exporta.

28.1

A régua de prova do gráfico

As seis partes que o motor exige, na ordem em que aparecem no desenho. É o Crédito de Prova da seção 25 aplicado a uma série de números.

AS SEIS PARTES DA RÉGUA

PARTE	O QUE LEVA	EXEMPLO DE FORMA
Título	A conclusão, em até 6 palavras, afirmando	"Sexta concentra as inscrições"
O que mede	A grandeza, sem sigla solta	inscrições na aula experimental por dia da semana
Período	O recorte de tempo	[mês/ano] a [mês/ano]
Base	De onde a contagem parte	[N] inscrições de [recorte]
Fonte	Quem guarda o número	registro da secretaria

MARCAS DE ORIGEM

— **MEDIDO** registro da escola, arquivado

-- **TERCEIRO** Google, imprensa; exige link e data da captura

····· **MERCADO** estudo externo; exige link

-- **EM VALIDAÇÃO** bloqueia exportação e publicação

PARTE	O QUE LEVA	EXEMPLO DE FORMA
Origem	Uma de quatro marcas	medido, terceiro, mercado ou em validação

28.2

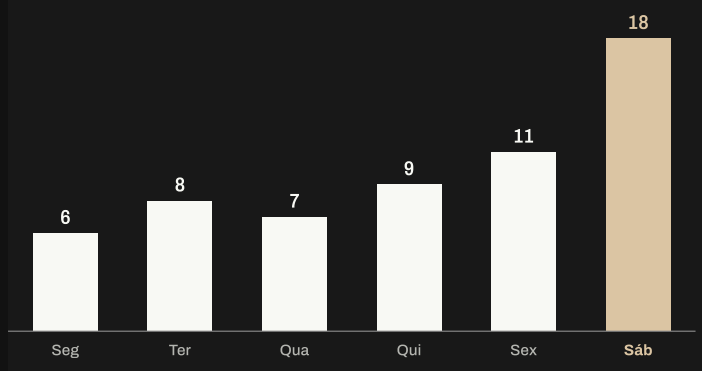
Os seis tipos aprovados

Desenhados ao vivo pelo motor com dados fictícios, marcados como "dado de exemplo". Nenhum destes números é da The VOID; servem só para mostrar a forma.

— BARRAS

SÁBADO LOTA A PRÁTICA LIVRE

pessoas na prática livre por dia, média de quatro semanas



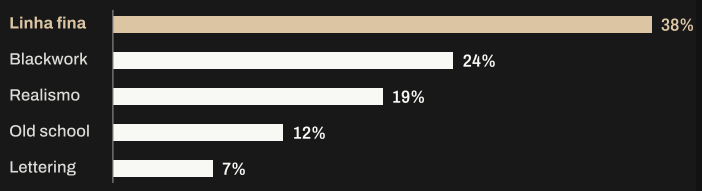
— MEDIDO · DADO DE EXEMPLO

quatro semanas de teste · agenda fictícia de uma sala · fonte: planilha de teste

— BARRAS HORIZONTAIS, RANKING

LINHA FINA PUXA A PROCURA

estilo citado na primeira conversa, em porcentagem



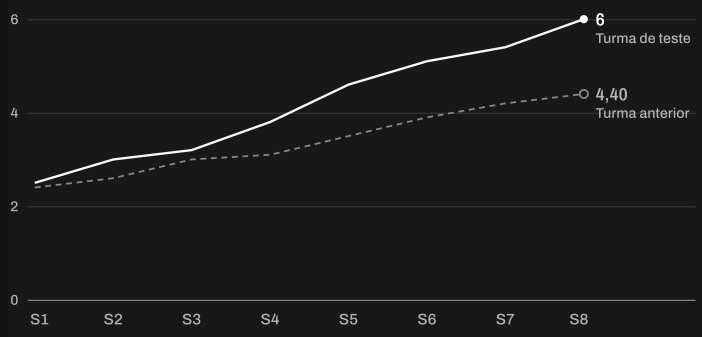
— MEDIDO · DADO DE EXEMPLO

um mês de teste · 100 conversas fictícias · fonte: planilha de teste

— LINHA, COM COMPARAÇÃO

PRÁTICA SOBE NO SEGUNDO MÊS

horas de prática registradas por aluno, média semanal



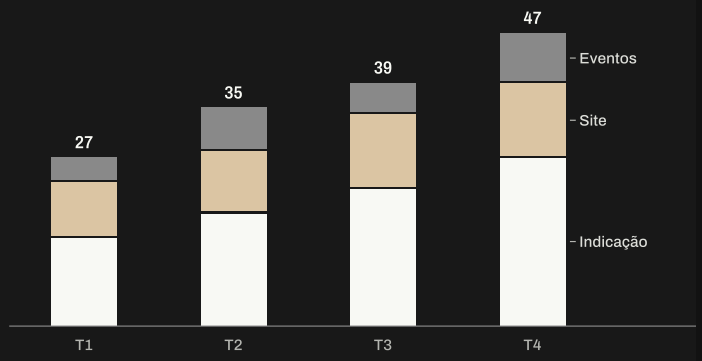
— MEDIDO · DADO DE EXEMPLO

oito semanas de teste · duas turmas fictícias · fonte: planilha de teste

— COLUNA EMPILHADA, ATÉ 3

INDICAÇÃO PUXA A CONVERSA

conversas iniciadas por canal de entrada, por trimestre



— MEDIDO · DADO DE EXEMPLO

um ano de teste · conversas fictícias · fonte: planilha de teste

— NUMERAL DE PROVA

12

turmas fictícias abertas num semestre de teste

— MEDIDO · DADO DE EXEMPLO

um semestre de teste · calendário fictício · fonte: planilha de teste

— COMPARATIVO DE TRAÇO, SÓ ORGÂNICO

DOZE SEMANAS DE TRAÇO

o mesmo exercício de linha contínua, no início e no fim

ANTES · SEMANA 1

foto real da escola, com autorização

Primeiro traço, no Ritual do Traço

DEPOIS · SEMANA 12

foto real da escola, com autorização

Mesmo exercício, semana 12

— MEDIDO · DADO DE EXEMPLO

doze semanas · um aluno fictício · fonte: arquivo de teste · imagens usadas com autorização do aluno

O comparativo de traço só sai em canal orgânico ou página interna, com data e autorização do aluno; nunca lado a lado em anúncio pago (seção 33). Sem a foto real, o motor mostra o espaço rotulado.

28.3

Cor por papel, não por gosto

O motor lê o produto do `data-estacao` mais próximo e o campo de `.modo-leitura`. Nenhuma cor sai de fora dos tokens.

COR DE CADA PAPEL NO GRÁFICO

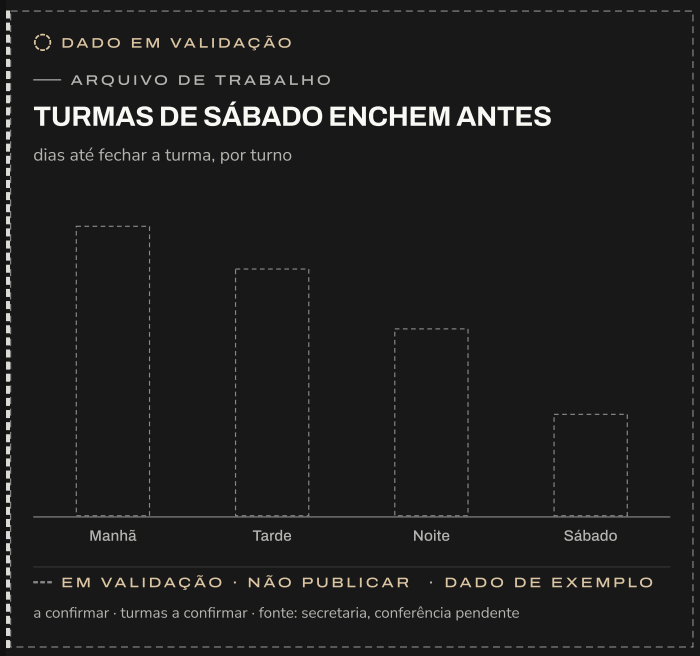
PAPEL	INSTITUCIONAL, START, VOIDERS	MASTER	PRO	NO MODO LEITURA
Série principal	Tela	Tela	Tela	Sala
Destaque (uma barra, um ponto)	Areia	Terracota; rótulo pequeno em Terracota Luz	Névoa	Terracota Funda; Start em Ouro Velho com texto Ouro Fundo; Pro em Ardósia
Comparação e meta	Fumaça tracejado	Fumaça tracejado	Fumaça tracejado	Fumaça tracejado
Terceira camada da pilha	Fumaça cheio	Fumaça cheio	Fumaça cheio	Fumaça cheio
Linha de grade	Fio, só em linha e barra agrupada	Fio	Fio	Fumaça, só linha

As cores do Modo Leitura são decisão do motor de gráficos, porque a especificação não as fixa; seguem os pares liberados da seção 14.

28.4

Exemplo bloqueado em validação

Enquanto o número não tem prova arquivada, ele existe só no arquivo de trabalho: barras em contorno, sem valores, moldura tracejada e o selo "dado em validação".



Se alguém tentar exportar este gráfico, o motor responde com erro e não entrega o SVG:

```
CONSOLE

VViz.svg(grafico)
// VVizExportacaoBloqueada: dado em validação
// não sai do arquivo de trabalho
```

Sem prova, o número sai da peça. Ele nunca vira zero e nunca vai ao ar entre colchetes.

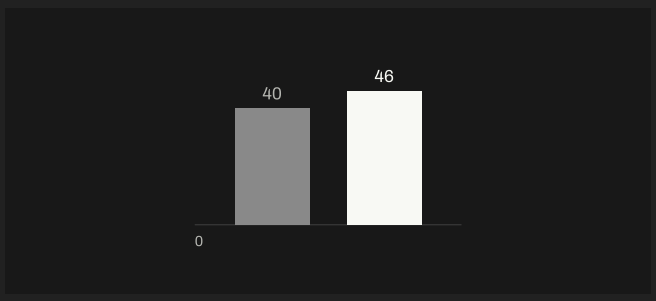
[P 15] Alunos formados com método de contagem e data, nota e quantidade de avaliações, vagas e calendário de turmas: até a The VOID entregar cada número com prova, nenhum gráfico público usa esses dados.

28.5

O que o gráfico nunca faz

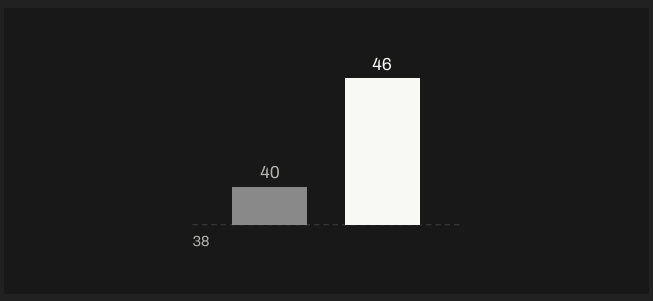
Barras retas, sem sombra, sem 3D. Eixo de barra começa em zero. Rótulo direto no lugar de legenda sempre que couber.

ASSIM



Eixo em zero: 46 contra 40 parece o que é, uma diferença de 15%.

ASSIM NÃO



Eixo cortado em 38: a mesma diferença parece quatro vezes maior. É prova distorcida, e a L2 manda a peça de volta.

- Nada de pizza com mais de 3 fatias, 3D, sombra, gradiente ou barra arredondada.
- Número nunca anima contando até o valor; o gráfico aparece pronto.
- No máximo 3 séries; a quarta pede outro gráfico ou uma tabela.

- Junto do desenho o motor gera uma tabela com os mesmos dados, oculta na tela e lida pelo leitor de tela.

28.6

Como pedir um gráfico ao motor

Um atributo com os dados e a régua; o motor desenha, escolhe as cores e confere as partes. Para levar ao Figma ou ao Canva, `VViz.svg` devolve o arquivo com HEX por extenso.

```html
<div data-vviz='{
  "tipo":"barras",
  "titulo":"Sexta concentra as inscrições",
  "mede":"inscrições na aula experimental por dia da semana",
  "rotulos":["Seg","Ter","Qua","Qui","Sex"],
  "valores":[0,0,0,0,0],
  "destaque":4,
  "periodo":"[mês/ano] a [mês/ano]",
  "base":"[N] inscrições",
  "fonte":"registro da secretaria",
  "origem":"medido"
}'></div>
<script src="vviz.js"></script>
```

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 6.16 e 14; L2 e L3); motor de gráficos vviz.js v1.0 da The VOID e suas notas de construção.

PARTE VII · IMAGEM · SEÇÕES 29 A 30

A *imagem*

29 Fotografia
30 Vídeo e som

29

IMAGEM

A FOTO É UM *ritual*

A fotografia oficial é o processo como ritual: preto e branco cinemático, documental, com as mãos como personagem. Imagem que não passa nas dez exigências não entra, por mais bonita que seja.

EM UM MINUTO

- Só foto real da escola: o acervo autorizado pela The VOID em 10/2026 tem 78 fotos tratadas. Banco de imagem e imagem gerada nunca passam por foto da escola.
- Uma luz, preto denso em 30% a 50% do quadro, espaço negativo de 40% e as mãos sempre em ação.
- P&B "Ritual" é o padrão e "Vazio" vale para capa e topo; cor só em três regimes e no máximo 1 imagem em cada 4.
- Os ritos são fotografados sempre do mesmo jeito. Predefinições de Lightroom, LUTs e o padrão de nome de arquivo estão prontos para baixar.

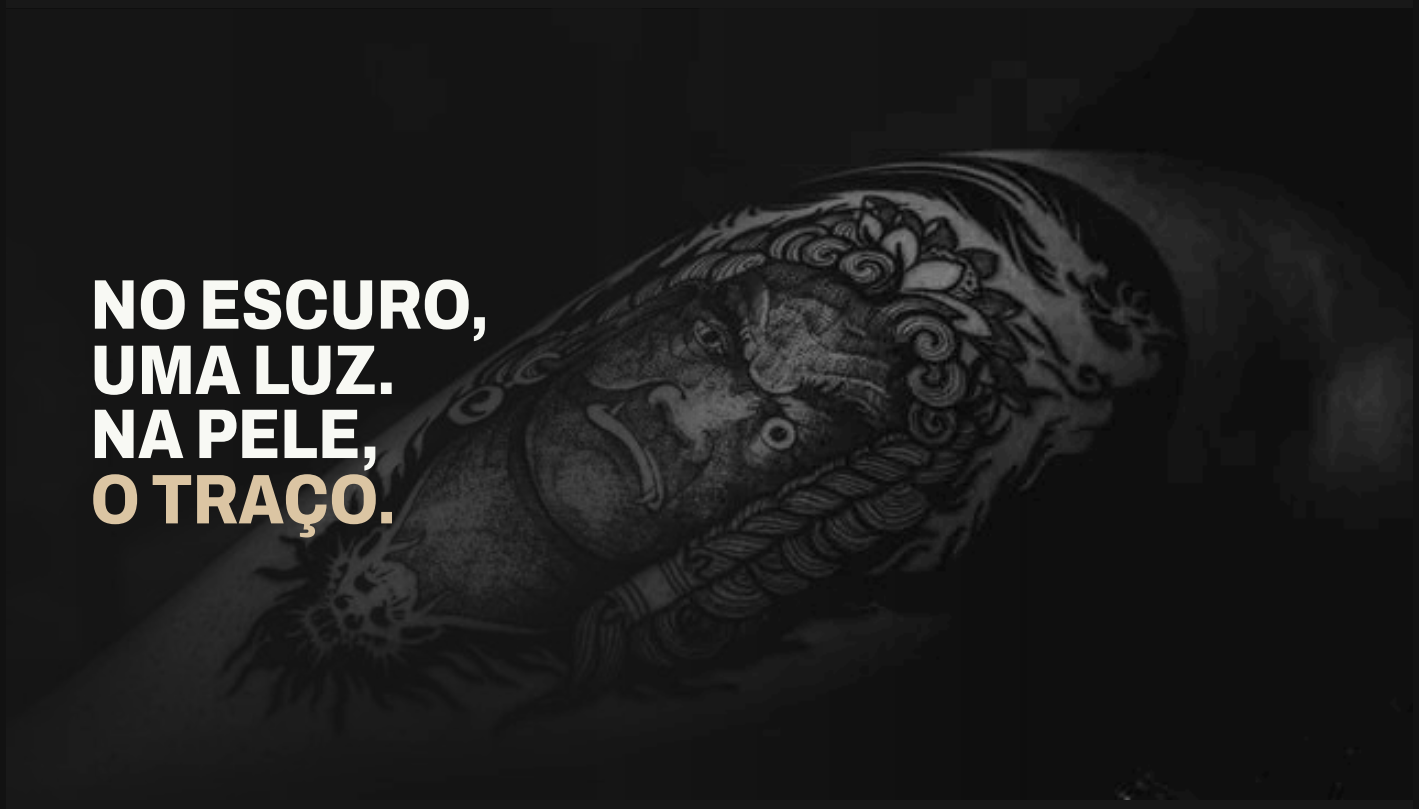


Foto: acervo The VOID · P&B "Vazio", o tratamento de capa e topo de funil. Texto sobre foto só com o Véu de Leitura (70% sob o título).

ACERVO FOTOGRÁFICO · USO AUTORIZADO · 10/2026

As fotos desta edição são da The VOID: aulas, professores, alunos, trabalhos e eventos, reunidas do site, do Instagram e do material do rebranding, com uso autorizado pela escola em 10/2026. São 78 fotos reais, tratadas pelas LUTs de 29.7, sem metadados de câmera e sem GPS, cada uma em sete versões (cor tratada, regime, quatro recortes e miniatura).

Antes de publicar: confira o campo de alerta de cada foto no catálogo e, para anúncio pago, se a autorização de imagem da pessoa cobre essa finalidade. As ilustrações de persona geradas por IA ficam fora do acervo: só aparecem com o rótulo "Ilustração: persona fictícia, não é aluno da The VOID".

Catálogo do acervo (catalogo.json) · Folha de contato

ACERVO

A escola em oito temas

O que a câmera procura numa escola de arte: a mão, o traço, a bancada, a pele pronta, a aula, a turma, quem ensina e a casa. Cada foto mostra no canto o tratamento que recebeu.

01

Mãos

O personagem principal: luva, máquina e traço nítidos, sempre em ação.

5 FOTOS

Foto: acervo The VOID

02

Traço

O desenho antes da pele: projeto, estêncil, lápis e a primeira linha.

3 FOTOS

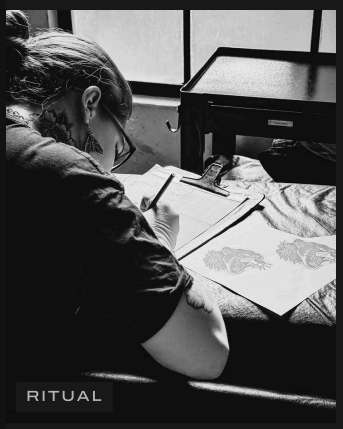


Foto: acervo The VOID

03

Máquina e bancada

O equipamento como objeto de cena, sem marca de fabricante em destaque.

3 FOTOS

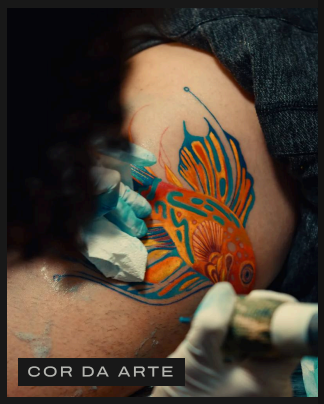


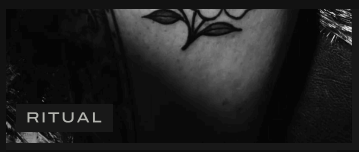
Foto: acervo The VOID

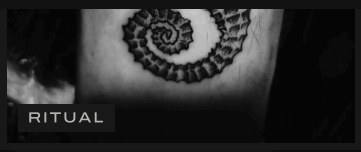
04

Pele finalizada

O trabalho pronto e cicatrizado. Cor só quando a cor é da arte, e no máximo uma em cada quatro.

7 FOTOS





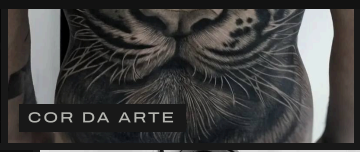


Foto: acervo The VOID

05

Aula

A sala trabalhando: mesa coletiva, professor ao lado, ninguém posando.

5 FOTOS

Foto: acervo The VOID

06

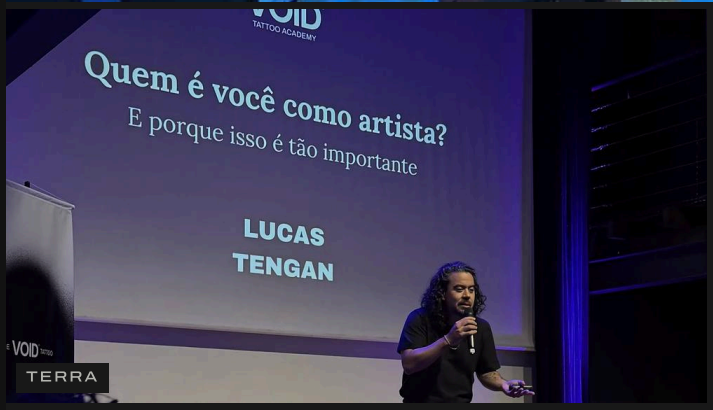
Comunidade

Turma, formatura e palco. Aqui a cor volta, no regime Terra.

4 FOTOS

TERRA

RITUAL



TERRA

TERRA

Foto: acervo The VOID

07

Retrato

Quem ensina e quem aprende, com o trabalho e a escola no quadro.

4 FOTOS

RITUAL

RITUAL

RITUAL

TERRA

Foto: acervo The VOID

08

Espaço

A casa da Vila Madalena e o estande: janelas em arco, macas e o letreiro aceso.

3 FOTOS

Foto: acervo The VOID

29.1

As dez exigências

Valem para toda imagem pública: foto, frame de vídeo, capa e miniatura. A conferência de cada uma cabe em menos de um minuto.

Lucas Tengan, sócio da escola, no estande da The VOID.

01 REAL E AUTORIZADA

Escola, aluno, professor ou evento da The VOID, com autorização por escrito e por finalidade: orgânico, site, anúncio pago, depoimento com nome, área de membros.

Confira: o termo da pessoa cobre o canal desta peça?

A luminária de cima é a única fonte; o resto cai para o preto.

02 UMA LUZ PRINCIPAL

Lateral ou de cima, com queda rápida para o preto. Contraste de 8:1 a 16:1 em retrato e de 4:1 a 8:1 em cena de processo.

Confira: existe uma só direção de sombra no quadro?

O preto domina o quadro; só a área de trabalho recebe luz.

03 PRETO DENSO

Preto em 30% a 50% do quadro; branco estourado só na fonte de luz; pele entre 45% e 65% de luminância.

Confira no histograma: a montanha das sombras é a maior?

Luva, máquina e pele nítidas: a mão conta a cena sozinha.

04 AS MÃOS SÃO O PERSONAGEM

Toda série tem ao menos um plano de mão em ação, com o traço e a agulha nítidos.

Confira: a série tem a mão trabalhando e em foco?

A arte ocupa a direita; a esquerda escura recebe o título, como na abertura desta seção.

05 ESPAÇO NEGATIVO DE 40%

No lado oposto ao olhar ou à mão. O olhar e o gesto do hero apontam para o título e o botão.

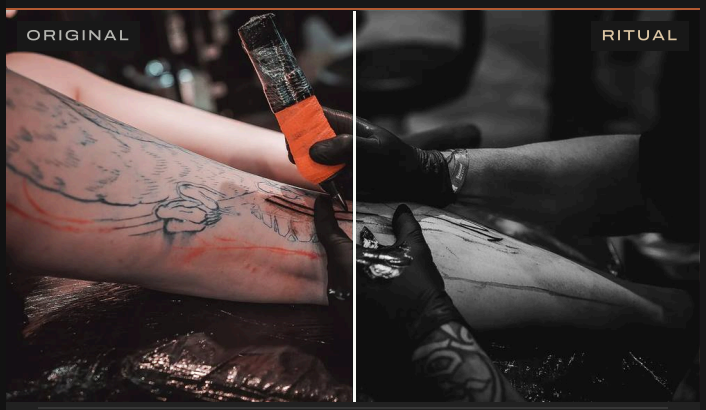
Confira: o texto cabe sem cobrir rosto nem mão?

Mãos entrando pela borda, o corte passa longe do punho.

06 CORTE OUSADO

Rosto cortado pela borda e mão entrando no quadro são permitidos; o corte nunca cai em articulação (punho, cotovelo, joelho).

Confira as quatro bordas.



A mesma foto: à esquerda a cor original, com o decalque vermelho; à direita o P&B "Ritual".

07 P&B POR PRESET

"Ritual" é o padrão; "Vazio" para capa e topo de funil. Cor só em três regimes (29.3) e no máximo 1 imagem colorida em cada 4.

Confira: conte as coloridas da sequência.

Máscara, luva e filme plástico visíveis na sessão.

08 BIOSSEGURANÇA VISÍVEL

Em todo procedimento: luva nitrílica, filme plástico, material de uso único, descarte.

Confira a lista de quadro em 29.6.

O trabalho finalizado e cicatrizado, nunca a pele lesionada.

09 O QUE NUNCA ENTRA

Sangue em destaque, pele lesionada em close, nudez, menor em procedimento, dinheiro, carro, vida de luxo, sorriso posado, antes e depois lado a lado em anúncio, tela com dado de aluno, logotipo de equipamento, pôster com o logotipo antigo, trabalho de terceiro.

Confira a tabela de 29.6.

Texto alternativo desta foto: "Aluna de luvas tatuando retrato realista em pele sintética na bancada da escola" (79 caracteres).

10 LEGÍVEL POR MÁQUINA

Nome de arquivo no padrão, texto alternativo em frase de até 125 caracteres, IPTC com criador, detentor e legenda; GPS removido de foto de pessoas.

Confira o padrão em 29.8.

29.2

Luz, tom e quadro

Fotografe como se a câmera fosse um aluno a mais na sala: perto o bastante para ouvir a máquina e quieto o bastante para ninguém posar.

Ponto de interesse num cruzamento dos terços; texto no espaço negativo oposto ao olhar ou à mão. Foto: acervo The VOID.

Luz

Uma fonte grande e difusa perto do assunto (janela ou softbox de 90 cm ou mais), lateral ou de cima, nunca chapada de frente. Lâmpadas de filamento e luminária de bancada podem aparecer no quadro como parte do ambiente.

Lente e ângulo

Detalhe de mão e agulha em macro de 90 a 105 mm; processo em 35 a 50 mm; retrato em 50 a 85 mm; ambiente em 24 a 35 mm. Câmera na altura dos olhos ou um pouco acima: quem vê olha por cima do ombro de quem tatua.

Onde cada tom mora

0% · preto denso, 30% a 50% do quadro

45% a 65% · pele

100% · só a fonte de luz

29.3

Tratamento: dois P&B, três regimes de cor

A mesma foto de aula passada por cada arquivo .cube de 29.7: dá para ler o que cada receita faz com o preto, com a pele e com a parede laranja do fundo. Os duotons existem só para peça de produto e nunca vão no rosto de aluno; aqui aparecem apenas como demonstração do arquivo.

Antes e depois na mesma foto: o "Ritual" tira a parede laranja do caminho e deixa a luz cair sobre a mão. Foto: acervo The VOID.

Sem tratamento. A cor como saiu da câmera, só para comparar.

P&B "Ritual", o padrão. Preto erguido a 0,03, branco contido em 0,96, aspecto de filme.

P&B "Vazio". Sombras mais fundas; capa e topo de funil.

Cor "Terra". Saturação -20%, sombras e altas luzes levemente aquecidas; depoimento e comunidade.

Duotom Start. Café `#412919` para Areia `#DBC5A3`.

Duotom Master. `#21130C` para Terracota Viva `#C46039`.

Duotom Pro. Sala `#181818` para Névoa `#C9D0D8`.

Foto: acervo The VOID, tratada pelos arquivos de 29.7 sem grão; o grão entra depois, no layout ou no editor.

QUANDO USAR CADA TRATAMENTO

TRATAMENTO	ONDE ENTRA	ONDE NUNCA ENTRA
P&B "Ritual"	Padrão de toda a fotografia: site, LP, feed, membros	
P&B "Vazio"	Capa, topo de funil, hero	Depoimento, que pede leitura de pele e expressão

TRATAMENTO	ONDE ENTRA	ONDE NUNCA ENTRA
Cor "Terra" (natural, aquecida e dessaturada)	Depoimento e comunidade	Peça de produto com duotom na mesma tela
Duotom do produto	Capa, VSL de produto, separador de módulo, story de produto	Depoimento, rosto de aluno, Primeira Pele: rosto em duotom perde verdade
Foto P&B sobre Campo de Produto	Feed e anúncio por produto; a cor fica no layout, não na foto	Mais de uma peça a cada seis no feed

Regra da sequência: no máximo 1 imagem colorida em cada 4, contando Terra e duotom juntos.

29.4

Protocolo dos ritos

Os ritos são fotografados sempre do mesmo jeito, turma após turma, para formar o arquivo da comunidade. Consentimento antes do clique, em todo rito.

RITUAL DO TRAÇO

De cima do mural, a mão entrando no quadro.

35 mm

PRIMEIRA PELE

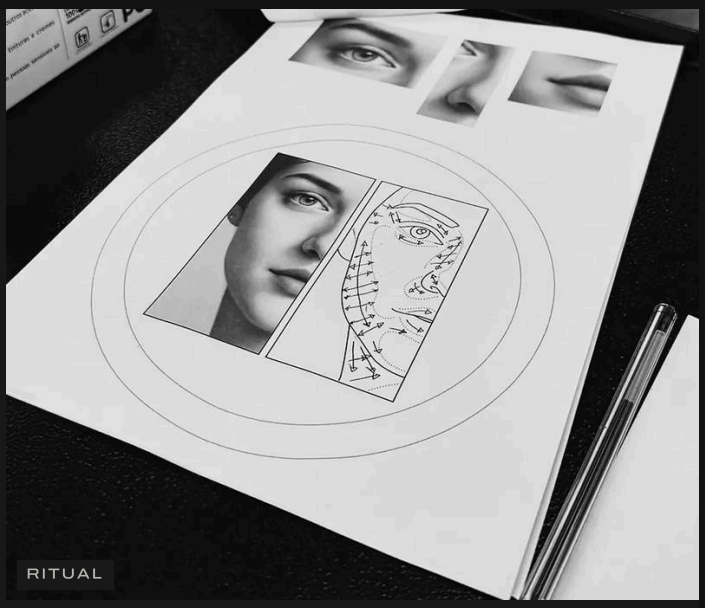
Plano médio em três quartos, professor ao lado, biossegurança visível.

35 a 50 mm

FORMATURA COM PELE

Retrato ambiental com o trabalho e o certificado.

50 a 85 mm



WORKSHOP DO ESTILO

Detalhe do estêncil autoral e plano de crítica.

90 a 105 mm macro e 35 mm

Fotos: acervo The VOID. São as cenas do acervo mais próximas de cada enquadramento; a partir da próxima turma, cada rito é fotografado exatamente assim.

Retrato de aluno no primeiro dia e na formatura, no mesmo enquadramento, serve só para a comunidade e a área de membros. Lado a lado em anúncio, nunca.

[P 6] Os ritos propostos além destes quatro e o registro do mural do Ritual do Traço dependem da aprovação da The VOID; até lá, não ganham protocolo nem peça.

29.5

A sessão de um dia

Lista de cenas para montar o acervo inicial numa aula de verdade, não numa encenação.

PROPOSTA

SESSÃO DE UM DIA NA VILA MADALENA

HORA	BLOCO	CENAS DE FOTO E VÍDEO	DESTINO PRINCIPAL
07h30	Preparação	Autorizações assinadas; o espaço vazio com a luz da manhã; detalhes de parede e selos	Site, área de membros
09h30	Ritual de preparação	Luvas sendo calçadas (câmera lenta), filme plástico na maca e na máquina, tinta no copinho, estêncil	Reels, VSL, prova de biossegurança
10h00	Primeira linha	Aluno iniciante na pele sintética: a mão, a respiração e o primeiro traço, em macro e plano médio	Topo de funil, anúncio do Start
11h00	Mão guiando mão	Professor corrigindo postura e ângulo, com som direto da explicação	Reels, YouTube, VSL
12h00	Intervalo	Café, conversa, risada não posada	Feed, stories, M7 e M8
13h30	Retratos	Retrato ambiental de cada professor e de alunos com autorização de anúncio	Site, LP, lower thirds
14h30	Depoimentos	Entrevistas de 8 a 12 min com o roteiro de cinco perguntas, duas câmeras	VSL, LP, anúncio, YouTube

HORA	BLOCO	CENAS DE FOTO E VÍDEO	DESTINO PRINCIPAL
16h00	Pele real	Aluno avançado com cliente que autorizou; concentração e o trabalho final com filme	Master e Pro
17h30	Crítica de portfólio	Professor e aluno revisando trabalhos no papel ou na tela	Pro, YouTube
18h30	Luz noturna	Fachada acesa, luzes práticas, silhueta em contraluz	Capas, VSL, abertura

[P 22] O acervo de 10/2026 cobre o manual e os canais da escola, mas foi reunido de material já publicado. A sessão de um dia completa o que falta (preparação, mão guiando mão, depoimentos em vídeo, luz noturna) com autorização por finalidade assinada no dia, que é o que libera foto de aluno em anúncio pago. Foto de banco e imagem gerada nunca entram no lugar.

29.6

O que nunca fotografar

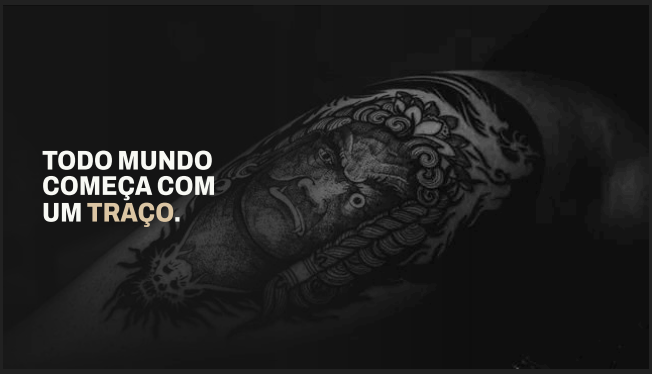
Cada proibição tem um motivo: afastar o iniciante, ferir a política dos anúncios, expor dado pessoal ou contar uma verdade que não é da escola.

FORA DO QUADRO

NUNCA	POR QUÊ
Sangue em destaque, pele lesionada em close	Afasta quem está começando e cai na regra de conteúdo chocante das plataformas. Aula técnica fica na área de membros.
Nudez ou área íntima, mesmo com o trabalho ali	Política de nudez dos anúncios; recorte ou fotografe só o desenho.
Menor de 18 anos em procedimento	Proibido por lei em São Paulo; em evento, só com autorização do responsável e sem destaque.
Sorriso posado, polegar para cima, grupo olhando para a câmera	A fotografia é documental; a exceção é a foto de turma na formatura, ainda assim espontânea.
Dinheiro, carro, vida de luxo	Vira promessa de renda, vetada pela conformidade (seção 33).
Antes e depois lado a lado em anúncio pago	Lido como transformação corporal pela revisão automática; conte a mudança em sequência ou em palavras.
Tela com dado de aluno, conversa ou planilha	Lei Geral de Proteção de Dados.
Logotipo de equipamento em destaque	Publicidade involuntária; cubra ou desfoque.
Pôster com o logotipo antigo ao fundo	Mistura duas marcas no mesmo quadro (seção 10).
Trabalho de outro tatuador como se fosse de aluno	Integridade e direito autoral do desenho.

Faça e não faça, com fotos do acervo

ASSIM

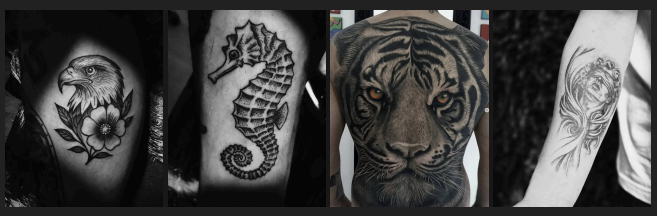


Título no espaço negativo, sobre o Véu de Leitura (70% sob o título); a arte continua viva.

ASSIM NÃO

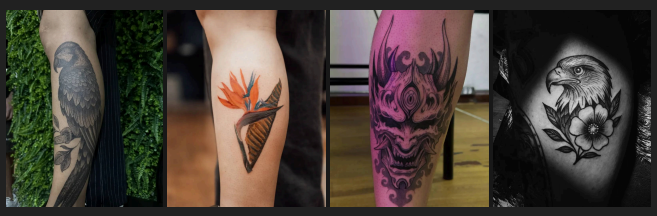
Título jogado em cima da tatuagem e sem véu: cobre o trabalho e perde contraste no pior pixel.

ASSIM



Uma colorida em cada quatro: a cor da arte aparece e o P&B segura a sequência.

ASSIM NÃO



Três coloridas em quatro: o feed vira catálogo de cor e a Sala Escura some.

ASSIM

O trabalho pronto, cicatrizado, com luz de um lado só. É ele que prova a escola.

ASSIM NÃO

Placa de premiação em peça de marca. A foto é real e boa, mas fica na comunidade e na área de membros.

ASSIM

Foto real da escola, com a mão trabalhando e a biossegurança à vista.

ASSIM NÃO

Imagem gerada no lugar de aluno. As personas de IA só existem como ilustração rotulada em documento de estratégia.

Fotos: acervo The VOID. Ilustração da persona: gerada por IA no material do rebranding.

Biossegurança no quadro, antes de cada clique

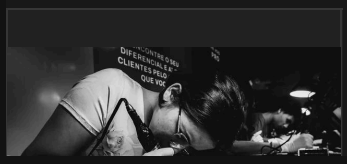
- Luva nitrílica nas duas mãos.
- Filme plástico na máquina, no cabo e na maca.
- Agulha ou cartucho descartável aberto na frente do cliente.
- Tinta em copinho descartável, nunca direto do frasco.
- Coletor de perfurocortante visível ou ao alcance.
- Bancada limpa, sem comida, copo ou celular perto do procedimento.

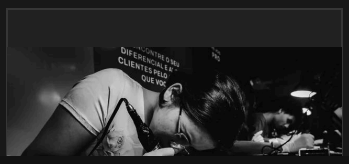
29.7

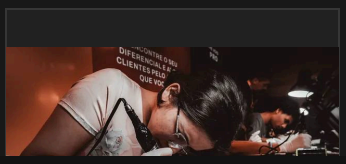
Presets e LUTs para baixar

Três predefinições .xmp para Lightroom e Camera Raw, a ferramenta de quem fotografa e de quem posta, e seis tabelas de cor .cube de 33 pontos para DaVinci, Premiere e Photoshop. Ritual, Vazio e Terra existem nos dois formatos; os duotons de produto, só em LUT.

Lightroom e Camera Raw: predefinições

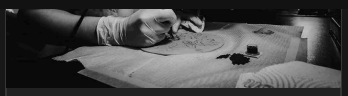






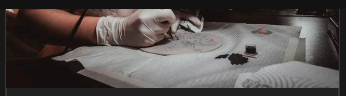
`void-ritual.xmp`

VOID P&B 01 "Ritual", o padrão. Contraste +25, realces -40, pretos -35, mistura P&B com laranja +15, curva 0>8 · 128>128 · 255>245, grão 28/20/55 e vinheta -12.



`void-vazio.xmp`

VOID P&B 02 "Vazio", capa e topo de funil. Contraste +40, pretos -55, curva 0>0 · 60>35 · 128>120 · 255>250, grão 40/25/60 e vinheta -25.



`void-terra.xmp`

VOID COR 01 "Terra", depoimento e comunidade. Saturação -20, vibração -15, verde, azul e roxo contidos, gradação de cor quente e grão 20/20/50.

1. **Lightroom Classic:** módulo Revelação, painel Predefinições, botão "+" e "Importar predefinições"; escolha os três arquivos .xmp. Eles aparecem no grupo "The VOID · Sala Escura".
2. **Lightroom no computador:** menu Arquivo e "Importar perfis e predefinições". As predefinições vão pela nuvem para o Lightroom do celular.
3. **Camera Raw no Photoshop:** painel Predefinições, menu "..." e "Importar perfis e predefinições".
4. **Depois de aplicar, em cada foto:** confira o perfil (Adobe Monochrome no Ritual e no Vazio, Adobe Color no Terra), ajuste a exposição entre 0 e -0,3 e, no Terra, suba a temperatura cerca de 150 K acima da neutra. A predefinição não grava esses três ajustes porque eles dependem da foto.

Vídeo e Photoshop: tabelas de cor (LUT)

Entrada Rec.709, gama 2,4. Os duotons ficam só em LUT porque são tratamento de peça de produto, não de acervo.

`void-ritual.cube`

P&B padrão. Luminância 0,36 R + 0,50 G + 0,14 B; curva 0>0,03 · 0,15>0,10 · 0,50>0,50 · 0,80>0,85 · 1>0,96.

`void-vazio.cube`

P&B de capa. Curva 0>0 · 0,235>0,137 · 0,50>0,47 · 1>0,98.

`void-terra.cube`

Cor de depoimento. Saturação -20%; sombras +0,012 R e -0,010 B; altas luzes +0,008 R, +0,004 G e -0,012 B.

`void-duotom-start.cube`

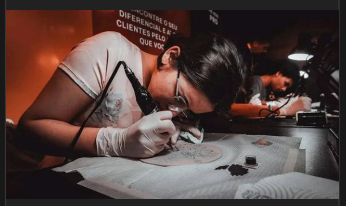
Café para Areia, interpolação em RGB linear.

`void-duotom-master.cube`

#21130C para Terracota Viva.

`void-duotom-pro.cube`

Sala para Névoa.



`receitas.md`

As receitas completas de Lightroom e DaVinci, nó por nó, e como aplicar a LUT e o grão depois.

GRÃO DEPOIS DA LUT (LIGHTROOM: QUANTIDADE, TAMANHO, ASPEREZA)

PRESET	GRÃO	USO
Ritual	28 / 20 / 55	Padrão
Vazio	40 / 25 / 60	Capa e topo de funil
Terra	20 / 20 / 50	Depoimento e comunidade

Na predefinição .xmp o grão já vem incluído. Na LUT, nunca: ele entra depois, para não congelar o padrão de ruído no vídeo. O filtro de duotom em SVG da seção 25 trabalha em sRGB e dá meios-tons um pouco mais claros que a LUT; para arquivo final, vale a LUT.

29.8

Nome, texto alternativo e metadados

Foto original com texto legível por máquina conta para busca, para assistentes de IA e para quem usa leitor de tela.

NOME DE ARQUIVO

```
the-void-[produto ou tema]-[o que aparece]-[contexto]-[aaaa-mm].webp
the-void-start-primeira-linha-pele-sintetica-aaaa-mm.webp
```

ASSIM

"Aluna de luvas tatuando retrato realista em pele sintética na bancada da escola."

Frase completa, sem "imagem de", com quem, o quê e onde: 80 caracteres. É o texto do catálogo para esta foto do acervo.

ASSIM NÃO

"imagem de tatuagem"

Não diz quem, nem o quê, nem onde; para o leitor de tela é ruído.

METADADOS GRAVADOS NO ARQUIVO (IPTC)

CAMPO	VALOR
Criador	Nome de quem fotografou
Detentor dos direitos	The VOID Tattoo Academy

CAMPO	VALOR
Legenda	A mesma frase do texto alternativo
Localização GPS	Removida em toda foto de pessoas

Na página, a legenda da foto segue o padrão "Foto: [nome] · The VOID Tattoo Academy". Enquanto o acervo não registra quem fotografou, a legenda é "Foto: acervo The VOID", como neste manual. As cópias de acervo podem manter o nome de trabalho da sessão com data; o padrão acima vale para o arquivo publicado.

29.9

Imagem por etapa

A mesma régua da seção 32, vista pela câmera: em cada etapa, o que a imagem precisa fazer, o que ela mostra e com qual tratamento. PROPOSTA

M1

M2

M3

M4

M5

M6

M7

M8

Uma foto do acervo por etapa, no tratamento da tabela. Fotos: acervo The VOID.

IMAGEM E VÍDEO DE M1 A M8

ETAPA	A IMAGEM PRECISA	O QUE MOSTRAR	TRATAMENTO	FORMATO
M1 Lead	Parar a rolagem e criar identificação	A mão que hesita e a primeira linha; o gancho com a crença "Isso não é para mim."	Vazio	Reels, TikTok e anúncio 9 por 16

ETAPA	A IMAGEM PRECISA	O QUE MOSTRAR	TRATAMENTO	FORMATO
M2 Qualificação	Mostrar que a escola é para aquela pessoa	Depoimento de aluno real com o perfil da persona (Gabriel, Camila ou Bruno), autorizado para o canal	Terra	Carrossel, stories, YouTube
M3 Oportunidade	Dar segurança antes da conversa	O rosto de quem atende; um passeio de 60 s pela escola	Ritual; Terra no rosto de quem fala	Vídeo curto no WhatsApp, stories
M4 Proposta	Tirar a dúvida racional	A sala, a bancada e quem ensina [P 13]; a VSL. O kit só entra depois de [P 7]	Ritual; duotom do produto na capa da VSL	LP, proposta de uma página, VSL
M5 Ganho	Celebrar a decisão	Vídeo de boas-vindas de quem ensina; foto da turma anterior, com autorização de todos	Terra	E-mail, WhatsApp
M6 Ativação	Fazer a primeira semana dar certo	O ritual de preparação (luvas, filme plástico, estêncil); Ritual do Traço e Primeira Pele pelo protocolo de 29.4	Ritual	Área de membros
M7 Valor	Mostrar a evolução	Primeiro dia e formatura no mesmo enquadramento, só para comunidade e membros; Workshop do Estilo e Formatura com Pele	Ritual; Terra na comunidade	Comunidade, stories, área de membros
M8 Expansão	Transformar o aluno em voz	A formatura, o selo da formação e o aluno com o primeiro cliente, com autorização dos dois; o convite para o The VOID Talks	Ritual; duotom do próximo produto no convite	Feed, conteúdo feito pelo aluno com autorização

A coluna Tratamento aplica as regras de 29.3: Vazio em topo de funil, Terra em depoimento e comunidade, duotom só em peça de produto e nunca no rosto de aluno. A regra de no máximo 1 imagem colorida em cada 4 vale dentro de cada sequência. O "antes e depois" de M7 nunca vai para anúncio.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 6.18, 8.1 a 8.3, 10 e 12.7); Brand DNA da The VOID, set/2026 (seção 9, fotografia); pesquisa de foto, vídeo e redes da GrowAI, out/2026 (luz, lentes, receita de edição, sessão de um dia, o que nunca fotografar, biossegurança no quadro, imagem por etapa); receitas, predefinições e LUTs da The VOID, assets/foto; acervo fotográfico da The VOID e seu catálogo, uso autorizado em 10/2026 (assets/foto/acervo).

30

IMAGEM

VÍDEO COM *respiro*

O vídeo da The VOID se monta como cinema e se lê como documento: começa no gancho, respira a cada dois minutos, tem legenda sempre e fecha com a mesma assinatura sonora.

EM UM MINUTO

- Formato de cinema (24 quadros, abertura em 2,39 por 1) só em VSL, filme de marca e YouTube longo. Reels e TikTok são 9 por 16 cheio e começam no gancho, sem vinheta.
- Planos de 2 a 4 s nos primeiros 30 s, de 4 a 8 s no miolo da VSL e um respiro a cada 90 a 120 s: som da máquina, silêncio e uma Cartela.
- Legenda queimada no vertical, arquivo .srt revisado em todo vídeo público e transcrição na página.
- Som final em -14 LUFS integrados e pico de -1 dBTP; trilha de 18 a 22 dB abaixo da voz; zumbido da máquina de 0,8 s no fecho de todo vídeo de marca.

30.1

Formatos e o papel de cada um

O formato decide a montagem. As durações de VSL são da especificação; as demais são ponto de partida para teste.

FORMATOS DE VÍDEO

FORMATO	DURAÇÃO	ETAPA	REGRA
Reels e TikTok	7 a 45 s	M1 descoberta, M2 prova	9 por 16 cheio, sem vinheta; gancho em Título de Filme de até 6 palavras nos 2 s iniciais; legenda queimada
VSL	Start 12 a 18 min; Master 8 a 12; Pro 6 a 10; aula experimental 60 a 120 s	M3 e M4, decisão	Formato de cinema; roteiro de 9 blocos e cinco cartelas (seção 34); cortes de 15, 30 e 60 s em 9 por 16
Filme de marca	Sem duração fixa	Institucional	Formato de cinema; fecho com Eco do VOID e Créditos Finais
YouTube longo	8 a 20 min PROPOSTA	Pesquisa, busca e respostas de IA	A pergunta no título, a resposta nos 30 s iniciais, capítulos e transcrição; modelos em 30.9
Depoimento	30 s a 3 min PROPOSTA	Prova em todas as etapas	Regime "Terra"; autorização por finalidade; frase-modelo de depoimento na tela

FORMATO	DURAÇÃO	ETAPA	REGRA
Boas-vindas	1 a 3 min PROPOSTA	M5 e M6	Rosto de quem ensina, o que acontece na primeira semana e onde pedir ajuda

30.2

Montagem com respiro

"Sempre em movimento, nunca com pressa." Cada risco é um corte; as barras claras são os respiros. Os desenhos são esquemas de ritmo, não um roteiro pronto.

O primeiro minuto

GANCHO, 15 S

0 S Gancho: a mão

3 S O rosto na luz

6 S O traço

10 S A sala

13 S Respiro: a bancada

15 S A pele pronta

Os 15 s de gancho em seis planos do acervo, de 2 a 4 s cada. Fotos: acervo The VOID, P&B "Ritual" e "Vazio".

Uma VSL do Start de 15 minutos

01 O vazio. Gancho em 15 s, a crença e a história real autorizada.

02 O método. A virada e o Mapa da Trilha.

03 Quem já fez. Prova com Crédito na mesma tela.

04 A turma. Oferta na tela clara e objeções.

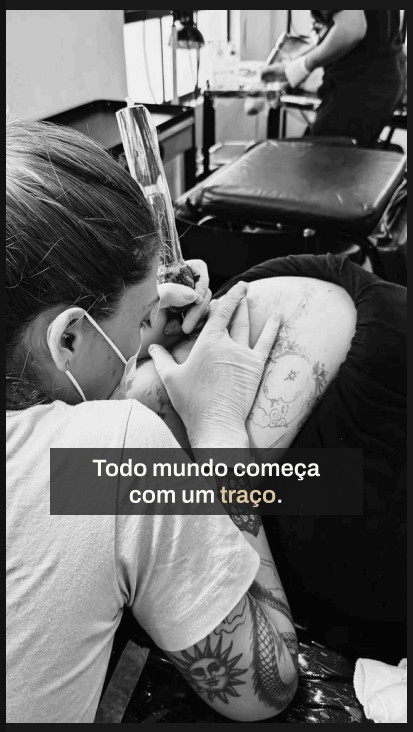
05 Como entrar. Um pedido, dito e escrito.

Respiro. Som da máquina, silêncio e uma Cartela, a cada 90 a 120 s.

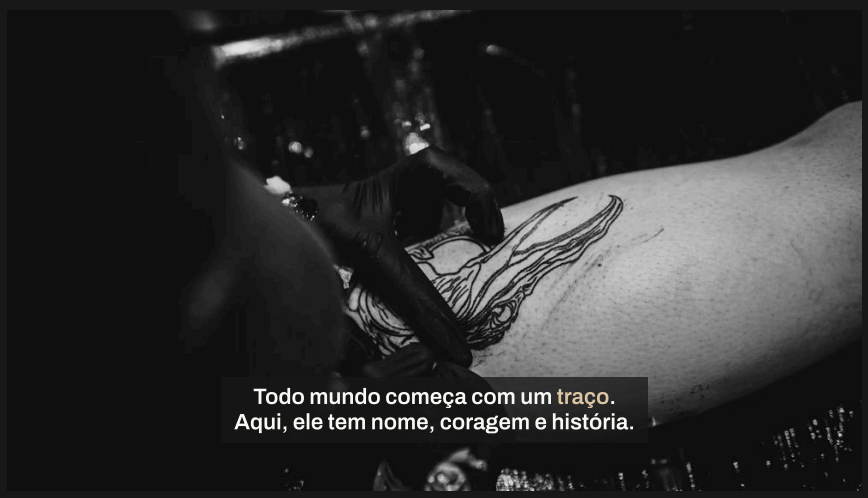
30.3

Legenda sempre

Archivo 600 em caixa mista, Tela sobre caixa de Sala a 75%, duas linhas no máximo e uma palavra de destaque em Areia. A frase é do Ritual do Traço.



LEGENDA NO VERTICAL · 1080 POR 1920



LEGENDA NO HORIZONTAL · 1920 POR 1080

Frame de aula do canal da The VOID no YouTube. A legenda já existe e a luz já é a da casa.

O que muda

O frame real já tem a cena certa: um rosto, uma luz e o fundo caindo para o preto. No sistema, a legenda ganha a caixa de Sala a 75%, Archivo 600 e uma palavra de destaque em Areia, e o vídeo passa pelo "Ritual" a 60% a 80% de intensidade (30.7).

Fotos das peças: acervo The VOID. Frame: canal da The VOID no YouTube.

LEGENDA QUEIMADA

MEDIDA	VERTICAL 1080 POR 1920	HORIZONTAL 1920 POR 1080
Tamanho	60 a 68 px (piso 60)	46 a 54 px
Caracteres por linha	22 a 28	32 a 42
Linhas	Até 2	Até 2
Posição	Centro, dentro da área segura	Base a 110 px da borda
Sincronia	Frase por frase, sem quicar	Frase por frase

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Tela sobre **véu 75%**

7,39:1 AAA

Aa

Texto de exemplo para leitura.

Areia sobre **véu 75%**

4,66:1 AA

Só a palavra de destaque da legenda.

Sobre fundo que já é escuro, a caixa pode dar lugar a uma sombra de texto (`0 2px 8px rgb(0 0 0 / .6)`), a única sombra de texto do sistema. Todo vídeo público tem também o arquivo .srt revisado e a transcrição na página.

```
.SRT

1
00:00:01,000 --> 00:00:03,400
Todo mundo começa
com um traço.

2
00:00:03,600 --> 00:00:06,200
Aqui, ele tem nome,
coragem e história.
```

30.4

Lower third, o nome de quem fala

Fio vertical de 2 px na cor do grafismo, nome em Archivo 600 largura 112, função na voz em off. Fica de 3 a 4 s e não leva selo: a 72 px o selo não existe.

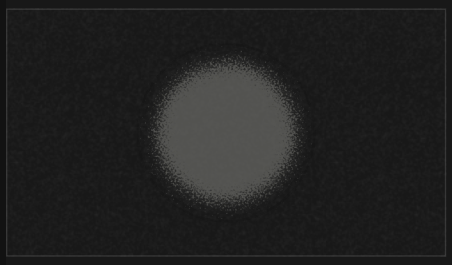
LOWER THIRD · 1920 POR 1080

- A 120 px da lateral e a 140 px da base, no 1920 por 1080.
- Nome: Archivo 600, largura 112, caixa alta, 40 px, entreletra +0,08em.
- Função: voz em off, 34 px, a única linha em itálico do quadro, escrita como "Aluna do Start, turma de [ano]" e nunca "estudante".
- O fio cresce em 8 quadros; o texto entra por opacidade.

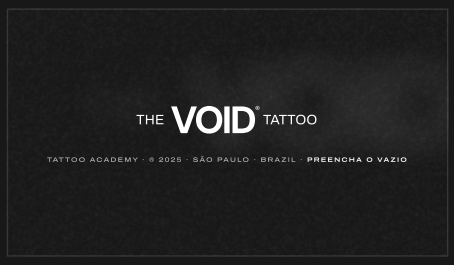
30.5

Abertura e fecho

Sem vinheta antes do gancho. Em VSL longa, depois do gancho, 1,2 s de abertura com a Esfera. Todo vídeo de marca fecha igual, em 1,5 a 2 s.



ABERTURA ESFERA, 1,2 S · 1920 POR 1080



FECHO DE MARCA, 1,5 A 2 S · 1920 POR 1080

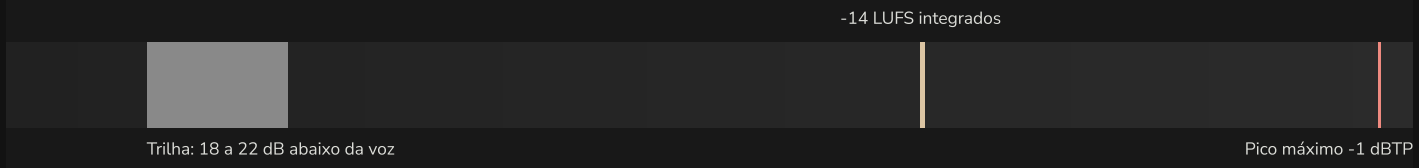
FECHO DE PRODUTO, MASTER · 1920 POR 1080

O fecho de marca é Sala, Eco do VOID, logotipo branco, Créditos Finais e a assinatura sonora. Em vídeo de produto, o fecho vai para o Campo de Produto com o logotipo de produto e o selo. As cinco cartelas da VSL (Vazio, Virada, Prova, Oferta e Ação) estão na seção 34.

30.6

Som e assinatura sonora

O som direto é protagonista: o zumbido da máquina, a respiração, o papel. A trilha fica embaixo e só entra licenciada para anúncio.



0,8 s

ASSINATURA SONORA

O QUÊ — Zumbido curto da máquina, gravado na escola, 0,8 s, seguido de silêncio. O mesmo som em todo fecho de vídeo de marca.

TESTE — Feche os olhos no fim do vídeo: o último som é a máquina e depois nada.

VOLUMES DE ENTREGA

MEDIDA	VALOR
Volume integrado	-14 LUFS (unidade de volume percebido)
Pico verdadeiro	-1 dBTP no máximo
Trilha sob a voz	18 a 22 dB abaixo
Respiro	Som da máquina e silêncio, a cada 90 a 120 s
Licença	Comercial para todo vídeo que vira anúncio

30.7

Captação e cor do vídeo

Para que o vídeo case com a foto, ele passa pelos mesmos tratamentos de 29.3. PROPOSTA

- **Captação:** perfil log da câmera; 4K a 24 ou 25 quadros por segundo em depoimento e VSL; 60 ou 120 quadros para câmera lenta das mãos; obturador no dobro do quadro.
- **Correção no DaVinci:** conversão do log para Rec.709, balanço e exposição, LUT "Ritual" ou "Terra" a 60% a 80% de intensidade, ajuste fino de pele, vinheta suave e grão por último.
- **Depoimento:** regime "Terra", com o microfone de lapela visível sem problema; reforça o tom documental.
- **Grão no vídeo:** troca a cada 2 quadros a 24 por segundo; a Revelação dissolve em 12 quadros através de grão a 30%.

30.8

Formatos de rede

As medidas das plataformas mudam com frequência: confira no aplicativo na véspera de cada campanha. Os 13 modelos de peça estão na seção 35.

MEDIDAS DE PRODUÇÃO, OUT/2026

FORMATO	PRODUÇÃO	PROPORÇÃO	ÁREA SEGURA
Instagram feed e carrossel	1080 por 1350	4:5	Miniatura do perfil em 3:4: título, rosto e botão no miolo central; carrossel com o mesmo formato em todos os cartões
Stories	1080 por 1920	9:16	Conteúdo entre y = 270 e y = 1500
Reels	1080 por 1920	9:16	Entre y = 270 e y = 1500 e 120 u livres à direita para os ícones do aplicativo
Capa de Reels	1080 por 1920	9:16	Título dentro do miolo 3:4, que é o que aparece no perfil
Capas de destaque	1080 por 1920	Círculo	Símbolo do selo em linha ou a Esfera sobre Sala, num círculo central
TikTok	1080 por 1920	9:16	Cerca de 150 px livres em cima, 450 embaixo e 140 à direita
YouTube, miniatura	1280 por 720	16:9	Canto inferior direito livre: ali entra a duração; vídeo do guia em 30.9
YouTube Shorts	1080 por 1920	9:16	Mesmas regras dos Reels
LinkedIn	1080 por 1350 ou 1200 por 627	4:5 ou 1,91:1	Carrossel como documento PDF em 1080 por 1350
Prévia de link	1200 por 630	1,91:1	Sala, título da página, selo ou logotipo

CAPA DE REELS · 1080 POR 1920

POST DE FEED, FOTO P&B · 1080 POR 1350

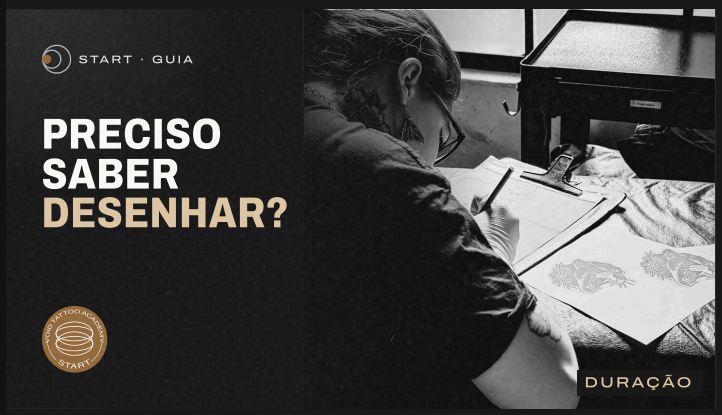
- Capa de Reels: título dentro do miolo 3:4, que é o que aparece no perfil; o rosto e a mão ficam acima do véu.
- Véu de base a partir de 70% sob o título; a foto em P&B "Ritual", sem cor no layout.
- Uma luz por cena: o título é o ponto mais claro; nenhum outro acento.

Foto: acervo The VOID.

30.9

YouTube: um vídeo por pergunta

Cada vídeo do guia responde uma pergunta real que a pessoa digita na busca. O texto em volta do vídeo (título, descrição, capítulos e legenda) é o que buscadores e assistentes de IA leem, e por isso ele segue modelo fixo. PROPOSTA



MINIATURA, VÍDEO DO GUIA · 1280 POR 720

- Painel Sala com grão no terço esquerdo; foto real de mãos ou rosto, em P&B "Ritual", nos dois terços da direita, com véu na emenda.
- A pergunta em Título de Filme, até 6 palavras (prefira 3 ou 4), com uma palavra no destaque do produto. O título do vídeo traz a pergunta inteira.
- Marcador de Estação com o produto que o artigo recebe (`chamado`, `start`, `master` ou `pro`) e "Guia"; o selo do produto, ou o logotipo no `chamado`.
- Sem rótulo de venda, preço, prazo ou botão: o vídeo do guia responde, não vende. Canto inferior direito livre para a duração.

O canal hoje e o que fica

Título gigante em cor saturada: sai.

Colagem de rostos recortados: sai.

Degradê roxo e laranja da marca antiga: sai.

A cena real da convenção: fica, sem o letreiro amarelo.

Miniaturas atuais do canal da The VOID no YouTube, mostradas só como referência de mudança. A pessoa e a cena continuam; saem a cor saturada, o letreiro sobre o rosto e o degradê.

TÍTULO

```
[Pergunta real, como a pessoa digita]? | The VOID Tattoo Academy
Preciso saber desenhar para ser tatuador? | The VOID Tattoo Academy
```

A pergunta vem primeiro e cabe em até 70 caracteres para não ser cortada na busca; a marca fica no fim, depois da barra. Sem caixa alta no título, sem emoji, sem "imperdível".

DESCRIÇÃO DO VÍDEO

```
[Resposta direta em até 150 caracteres, com sujeito explícito: "Na The VOID Tattoo Academy, ..."]

[Resumo em 2 ou 3 frases: o que o vídeo mostra e para quem ele é.]

Capítulos
00:00 [A pergunta]
00:40 [Primeira parte da resposta, também em forma de pergunta]
03:10 [Segunda parte]
06:30 [O que fazer agora]

Quem responde: [nome], [função na The VOID], tatua há [n] anos, estilo [estilo]
Guia completo, com a transcrição: {{A_CONFIRMAR}}/guia/[pilar]/[pergunta]/

The VOID Tattoo Academy
Rua Jericó, 217 · Vila Madalena · São Paulo, SP · 05435-040
+55 11 92481-8712
```

Capítulos e legenda

- Todo vídeo com mais de 3 minutos tem capítulos na descrição: o primeiro em 00:00, pelo menos três, cada um com 10 s ou mais.
- Cada capítulo tem nome de pergunta ou de passo, nunca "parte 2". Na VSL valem os cinco capítulos da seção 34.

- Legenda em português revisada (arquivo .srt de 30.3), não só a automática: a transcrição é o texto que as máquinas leem.
- Todo vídeo importante vive também no site, numa página com a transcrição completa e os dados estruturados de vídeo (seção 36).

Descrição do canal

Nome do canal: The VOID Tattoo Academy. A descrição usa o texto oficial palavra por palavra, porque a repetição idêntica é o que ensina a IA a descrever a escola sempre do mesmo jeito.

CANAL

```
A The VOID Tattoo Academy é uma escola de tatuagem na Vila Madalena, em São Paulo, que forma tatuadores do primeiro traço à carreira profissional.

[Versão de 50 palavras: {{A_CONFIRMAR}} depois de P 5 e P 15]

The VOID Tattoo Academy
Rua Jericó, 217 · Vila Madalena · São Paulo, SP · 05435-040
+55 11 92481-8712
Site: {{A_CONFIRMAR}}
```

[P 13] Nome, função, anos de prática e estilo de quem responde só entram com o currículo validado e a autorização de uso de nome e imagem. O domínio do site espera [P 18], e a versão de 50 palavras da descrição espera o ano de fundação [P 5] e os dados de oferta [P 15].

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 4.4, 6.1, 6.17, 7.1, 8.4, 12.2, 12.6, 12.7 e 13.1 a 13.3); Brand DNA da The VOID, set/2026 (seções 1 e 3); pesquisa de foto, vídeo e redes da GrowAI, out/2026, com as medidas publicadas pelas plataformas e consultadas em out/2026; pesquisa de SEO, GEO e AEO da GrowAI, out/2026 (seções 2.2, 6.1 e 6.4, regras do canal no YouTube).

PARTE VIII · VOZ E CONFORMIDADE · SEÇÕES 31 A 33

VOZ E *conformidade*

31 Voz, território e tom por canal
32 Comunicação M1 a M8
33 Conformidade e prova

31

VOZ

UMA VOZ, *dez tons*

A The VOID fala como um artista que virou professor. A voz é sempre a mesma em todo canal; o que muda é o tom, e cada tom tem regra escrita.

EM UM MINUTO

- Quatro atributos, sempre em dupla com o que a marca não é: Corajosa sem ser agressiva, Inspiradora sem ser idealizada, Técnica sem ser fria, Próxima sem ser invasiva.
- Toda peça declara a persona, a crença falsa que ataca e o pilar em que se apoia. Sem isso, a peça não começa.
- O vocabulário tem território: palavras para usar, terminologia travada e uma lista do que fica fora. O testador do bloco 31.5 confere qualquer texto.
- A tagline "A arte que preenche. A carreira que liberta." só aparece em contexto de peso, uma vez por peça.

31.1

A marca como pessoa

Antes de escrever, imagine quem fala. Essa pessoa explica o tom de tudo o que vem depois.

Inspira sem intimidar, ensina sem condescendência, acolhe sem perder a firmeza.

BRAND DNA DA THE VOID, SET/2026 · FOTO: ACERVO THE VOID, LUCAS TENGAN, SÓCIO DA ESCOLA

Alguém que carregou o peso de não saber se era capaz, duvidou das próprias mãos, encontrou o caminho e hoje dedica a vida a provar que outros também podem. O comportamento é **ousado, profundo e intencional**: sempre em movimento, nunca com pressa. Atua como guia, não como guru.

- **Coragem que convida**
  Ousadia para incluir, nunca para excluir.
- **Inspira porque vive**
  Compartilha verdades conquistadas, não sonhos prontos.
- **Ensina com paixão**
  Técnica e emoção andam juntas na mesma frase.

31.2

Quatro atributos, sempre em dupla

O atributo vem colado ao seu limite. Os quatro estão em toda peça; em cada etapa da régua M1 a M8, um deles sobe de volume (seção 32). O adjetivo é feminino porque concorda com "a marca".

CORAJOSA

~~NÃO AGRESSIVA~~

Fala o que precisa ser dito e provoca o acomodado para despertar. Nunca hostil, arrogante ou cruel: força com respeito.

Sobe em M1 e M6

- **Assim:** "Talento é consequência de treino."
- **Assim não:** "Quem ainda não tatua está perdendo tempo de vida."

INSPIRADORA

~~NÃO IDEALIZADA~~

Faz a pessoa acreditar que é capaz com histórias reais e imagens de processo. Nunca autoajuda genérica ou frase de almanaque: inspira com os pés no chão.

Sobe em M7 (no fecho) e M8

- **Assim:** "Todo mundo começa com um traço. Aqui, ele tem nome, coragem e história."
- **Assim não:** "Acredite nos seus sonhos e tudo é possível."

TÉCNICA

~~NÃO FRIA~~

Demonstra domínio e usa termos precisos quando pertinente. Nunca pedante: todo termo técnico ganha uma definição de uma frase na primeira vez em que aparece.

Sobe em M3, M4 e M7

- **Assim:** "Técnica sem posicionamento é invisível."

✕ **Assim não:** "Domine magnum e liner no setup certo." (jargão sem explicação para quem começa)

PRÓXIMA

~~NÃO INVASIVA~~

Fala como mentor que conhece a realidade da pessoa, com "você" direto. Respeita limites e tempos. Nunca trata ninguém como número ou "lead".

Sobe em M2, M4, M5 e M6

✓ **Assim:** "Oi, {nome}. Me conta: o que te trouxe até aqui?"

✕ **Assim não:** "Prezado cliente, identificamos seu interesse em nossos cursos."

31.3

Cinco pilares de mensagem

Toda peça se ancora em pelo menos um. Se não der para dizer qual, a peça ainda não tem assunto.

01

TRANSFORMAÇÃO

A mudança que se vê no traço e na trajetória de cada aluno, do primeiro dia à formatura, contada com prova e autorização.

02

AUTORIDADE COM AFETO

Referência porque se importa: técnica de ponta com acolhimento humano.

03

COMUNIDADE

Ninguém estuda sozinho. A família Void permanece depois da formação.

04

REALIDADE DO MERCADO

Desmistifica o mercado com números reais, carreiras reais e trajetórias possíveis, sempre com crédito.

05

ARTE COMO LIBERDADE

Tatuagem como rebeldia criativa: não à mediocridade, sim ao propósito.

Uma cena real para cada pilar, no regime de cor da seção 29: quatro em P&B Ritual e a comunidade em Terra, a única colorida da sequência. Fotos: acervo The VOID.

31.4

A narrativa da falsa convicção

Toda mensagem parte do que o público acredita, de forma equivocada, sobre si mesmo. A marca nomeia a crença, mostra a verdade e convida para o próximo passo.

INICIANTE · FORMAÇÃO START

"Eu não sou capaz de viver da minha arte."

A verdade que a marca revela: talento é consequência de treino estruturado. O que falta não é talento, é estrutura, método e comunidade. O fantasma é a versão de si que nunca tentou.

AVANÇADO · MASTER E PRO

"Preciso ser melhor tecnicamente antes de cobrar o que mereço."

A verdade: técnica sem posicionamento é invisível. Quem chega mais longe não é necessariamente quem tem mais talento, é quem tem mais estratégia.

Os três atos, em toda história contada

ATO 1

O VAZIO

A pessoa sonha, mas não acredita. A peça nomeia a crença sem humilhar.

ATO 2

O ENCONTRO

O vazio ganha nome e caminho. A The VOID é o lugar para virar quem a pessoa já quer ser.

ATO 3

A METAMORFOSE

Com método e comunidade, a pessoa cruza a linha. A prova vem com crédito.

O vazio, o encontro e a metamorfose contados em três fotogramas reais: a concentração antes do traço, o professor com a turma e a pele finalizada. Fotos: acervo The VOID.

O inimigo comum nunca é outra escola. É o sistema que desvaloriza a arte e a frase "arte não paga conta". A marca fica ao lado da pessoa contra essa ideia.

31.5

Território de palavras

O que a marca diz, como chama cada coisa e o que nunca entra em texto público. As palavras proprietárias aparecem com borda acesa.

Usar

vazio · traço · metamorfose · VOIDERS · Primeira Pele · ritual · chamado · preencher o vazio · voz própria · estilo autoral · traço limpo · metodologia · precisão · processo criativo · fundamento · rigor · do zero ao primeiro cliente · agenda cheia (sem promessa) · evolução real · resultado concreto · dar o salto · faça mesmo com medo

TERMINOLOGIA TRAVADA

USE	EVITE	POR QUÊ
The VOID; "a Void" no texto corrido	nome completo em conversa informal	Proximidade. O nome completo vai em dados estruturados, imprensa e primeira menção (seção 12).
formação	curso	Caminho, não produto. "Curso livre" só onde a natureza legal pede (seção 33).
aluno	estudante, clientela	Pertencimento.
metodologia, ao nomear o jeito de ensinar da escola	"técnica" ou "método" como nome desse jeito de ensinar em texto institucional, Ficha de Fatos e dados estruturados	Propriedade intelectual (Brand DNA). Em copy, "método" segue liberado como palavra comum, como nas frases do próprio DNA ("estrutura, método e comunidade"). "Método ARTE" é nome próprio e continua como está.
mercado de tatuagem	área, segmento	Universo cultural, não setor econômico.
"você", no singular; "nós, a Void"	"nossos clientes", voz impessoal	Conversa de mentor com uma pessoa.

Fora (nunca em texto público)

~~incrível~~ · ~~maravilhoso~~ · ~~simples assim~~ · ~~fácil~~ · ~~em poucos cliques~~ · ~~sonho realizado~~ · ~~empoderar~~ · ~~revolucionário~~ · ~~disruptivo~~ · ~~"jornada" sem contexto~~ · ~~"transformação de vida" sem dado~~ · ~~curso rápido~~ · ~~certificado fácil~~ · ~~tatuagem comercial~~ · ~~conteúdo gratuito como argumento~~ · ~~influencer de tattoo~~ · ~~aula online gravada~~ · ~~preço baixo ou acessível~~ · ~~nível~~ · ~~XP~~ · ~~desbloquear~~ · ~~ranking~~ · ~~sequência~~ · ~~"magnum" ou "liner" sem explicação~~ · ~~Learn More~~ · ~~Keep Up, Baby!~~ · ~~Self Made~~

Ortografia travada: TATTOO com dois T, sempre · "a uma carreira", sem crase · zero travessão em qualquer texto, inclusive legenda, assunto de e-mail e texto alternativo · The VOID Talks, grafia única · VOIDERS e VOIDER em caixa alta · copy pública em português (The VOID Talks e Business Playbook são nomes próprios).

31.6

Tom por canal

A voz não muda; o tom muda com o canal. A coluna da direita é a regra que se confere antes de publicar.

TOM E REGRA OPERACIONAL DE CADA CANAL

CANAL	TOM	REGRA OPERACIONAL
Instagram (Reels e feed)	Direto, provocador, visual; inspira antes de vender	Gancho na falsa convicção nos 2 s iniciais; legenda de até 3 parágrafos curtos; contrações naturais ("você tá", "não vai").
TikTok	Autêntico, rápido, bastidor e realidade do mercado	Sem vinheta; número só com Crédito de Prova.
Blog, guia e busca	Educativo, aprofundado, confiável	Resposta direta primeiro; voz em off só na abertura e no fecho.
Landing page	Emocional na abertura, racional nas provas	Uma persona e uma crença por página.
VSL	Mentor que já passou por isso	Roteiro de 9 blocos (seção 34).
E-mail	Próximo, pessoal, mentoria	"Oi, {nome}." Uma ideia por e-mail; uma pessoa real assina, com cargo.
WhatsApp	Conversa humana	Uma ideia por mensagem; quem escreve se apresenta pelo nome e assina "{nome}, The VOID"; sem emoji de M1 a M4.
Anúncio pago	Objetivo e provocador	Sem promessa de renda, sem antes e depois lado a lado, sem presumir condição pessoal de quem lê.
Área de membros	Mentor que acompanha	Progresso contra si mesmo; nunca comparação com a turma.
Deck e proposta	Técnica com calor	Dado com fonte; uma ideia por slide.

31.7

Frases de assinatura

Cada linha da marca tem a sua frase, tirada das fontes da própria The VOID. Nenhuma é inventada para a campanha; uma por peça.

FRASE DE CADA LINHA E ONDE ELA NASCEU

LINHA	FRASE	FONTE
Institucional	"PREENCHA O VAZIO", nos Créditos Finais. A tagline só em contexto de peso (31.9).	Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 14 e 30)
Start	"Sempre faça arte" (apoio, nunca segunda tagline)	site oficial, consultado em 06/10/2026

LINHA	FRASE	FONTE
Master	"Trabalhe as suas inseguranças como tatuador, independente do nível que você estiver, e dê um próximo passo na carreira." Recorte permitido: "Dê um próximo passo na carreira."	Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slide 35, key visual Master)
Pro	"Seja um estrategista da sua carreira profissional" ou "A arte é sua. O plano é nosso." (uma por campanha)	Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 37 e 40)
Aula experimental	"Tatuar não é desenhar. É uma técnica nova."	site oficial, consultado em 06/10/2026
The VOID Talks	"Da sala pra cena. A Void conecta você com quem vive disso."	Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slide 62)
Convenção	"Convocação a todos os Artistas do Brasil" (com "Artistas do Brasil" na voz em off, na peça)	Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slide 21)
VOIDERS	"Aqui não existem estranhos, apenas família que ainda não se conheceu."	Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 8 e 10)
Ritos	Primeira Pele: "Você nunca esquece sua primeira pele. Aqui, ela é celebrada." · Ritual do Traço: "Todo mundo começa com um traço. Aqui, ele tem nome, coragem e história." · Formatura com Pele: "Você não sai apenas com um certificado. Sai com um novo capítulo na pele." · Workshop do Estilo: "Descubra sua identidade artística." Cada frase só entra em peça depois de a escola confirmar o rito [P 6].	Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 59 a 61 e 63)

31.8

Uma abertura por persona

Três títulos de abertura prontos para teste, cada um atacando a crença de uma persona, sobre foto real da escola com o Véu de Leitura. A persona não aparece na peça: ela orienta a escrita, a segmentação e o depoimento escolhido. As outras estruturas de gancho estão na biblioteca de 31.11.

GABRIEL, START · 1080 POR 1350

Gabriel · formação Start

Ataca "não tenho talento". Prova certa: depoimento de quem começou do zero, com crédito.

FOTO: ACERVO THE VOID

CAMILA, START · 1080 POR 1350

Camila · Start, em transição de carreira

Ataca "já passei da hora". Prova certa: adultos que recomeçaram, com autorização.

FOTO: ACERVO THE VOID

BRUNO, MASTER · 1080 POR 1350

Bruno · Master e Pro

Ataca "preciso de mais técnica". Prova certa: casos de posicionamento, nunca de faturamento com número e prazo.

FOTO: ACERVO THE VOID

ASSIM

TALENTO É CONSEQUÊNCIA DE *treino*.

A crença é atacada de frente, sem diminuir quem lê.

ASSIM NÃO

VOCÊ NÃO PRECISA DE TALENTO PARA *começar*.

Vetada: fica perto do tom condescendente que o Brand DNA proíbe ("mesmo sem talento você consegue").

31.9

A regra da tagline

"A arte que preenche. A carreira que liberta." desgasta com o uso. Por isso ela tem lista fechada de lugares, aparece uma vez por peça e é a única exceção à regra de uma linha na voz em off.

***A arte* QUE PREENCHE**
***A carreira* QUE LIBERTA**

COMPOSIÇÃO PERMITIDA · DUAS LINHAS DE VOZ EM OFF

Só aqui

- Página inicial do site
- LP de produto em lançamento de turma
- E-mail de boas-vindas da matrícula (M5)
- Formatura com Pele
- Campanha institucional e capa deste manual

Nunca aqui

- LP da aula experimental
- Reels de topo de funil
- Anúncio de conversão
- WhatsApp
- Fecho de toda LP, por hábito

Apoio permitido, sem status de tagline: "Do primeiro traço a uma carreira de sucesso." (sem crase).

31.10

Oito regras para quem escreve

As regras R01 a R08, transcritas do Brand DNA, valem para pessoas e para agentes de IA, sem exceção. A seção 33 mostra a base legal das que tocam prova e promessa e endurece R05: nem por insinuação (regra 11 de 33.1).

REGRAS INEGOCIÁVEIS DO BRAND DNA

REGRA	O QUE MANDA	POR QUÊ
R01	Nunca linguagem de autoajuda genérica.	Fora do território, perde diferenciação.
R02	Resultado sempre com número ou dado concreto, conservador e verificável.	Credibilidade exige especificidade; exagero quebra confiança.
R03	Identifique a persona antes de criar qualquer conteúdo.	Conteúdo genérico não converte.
R04	Tagline só em contexto de peso.	Desgaste reduz impacto.
R05	Nunca mencione concorrente pelo nome.	Posicionamento próprio, não reativo.
R06	Conteúdo de fundo de funil tem um CTA único e claro.	Vários CTAs diluem.
R07	Nunca prometa resultado sem qualificação; nunca promessa financeira com número e prazo.	Frustração, reclamação e política editorial.
R08	Identidade visual vem do design system, não de memória.	Consistência.

31.11

Biblioteca de ganchos

Oito estruturas para os 2 segundos iniciais de Reels, TikTok e anúncio 9:16. Cada uma traz a regra, um exemplo montado só com frases das fontes da The VOID e o modelo pronto em comunicacao-m1-m8.html. Assim cada peça varia a estrutura sem inventar frase nova.

PROPOSTA

- **Tempo e tamanho**
  Gancho nos 2 s iniciais, até 6 palavras na tela, em Título de Filme de 96 a 120 px (seção 19), com a palavra sensível na voz em off.
- **Uma crença, três lugares**
  O gancho, a tela de abertura e a primeira linha da legenda do post dizem a mesma crença, da persona declarada (R03). A legenda fecha no CTA único da etapa (32.2).
- **Nada inventado**
  Toda frase sai do Brand DNA, das Personas, da Plataforma de Branding ou do site oficial. O recorte só encurta; quando muda o sentido, a frase vira nova e precisa de aprovação.
- **Anúncio pago é mais estrito**
  Nada de renda, prazo de retorno, condição pessoal presumida nem antes e depois lado a lado (31.6 e 33.1).

ESTRUTURAS DE GANCHO, COM EXEMPLO, FONTE E MODELO PRONTO

ESTRUTURA	TELA	ABERTURA E FONTE	MODELO E LIMITE

ESTRUTURA	TELA	ABERTURA E FONTE	MODELO E LIMITE
Pergunta que nomeia a crença. A tela afirma a verdade da marca; a fala devolve a crença como pergunta, em "você".	**TALENTO É CONSEQUÊNCIA DE** *treino*	"Você acha que não tem talento para tatuar?" Brand DNA, seção 6 (a verdade da marca); Personas, Gabriel	Gancho do Vazio, Gabriel Fora: Pergunta sobre renda, dívida, saúde ou idade de quem lê.
Recomeço. Mesma estrutura, para quem acha que passou da hora. A tela troca o atraso por repertório.	**SUA EXPERIÊNCIA É UM** *diferencial*	"Acha que já passou da hora de começar a tatuar?" Personas, Camila ("Sua experiência de vida é um diferencial, não um atraso.")	Gancho do Vazio, Camila [P 15] Fora: Faixa de idade ou situação de carreira citada em anúncio pago.
Verdade contrária. A tela inverte a crença do avançado sem diminuir ninguém.	**TÉCNICA SEM POSICIONAMENTO É** *invisível*	"Você já tatua bem e sente que o seu trabalho não é visto como deveria?" Brand DNA, seção 6 (Master e Pro); Personas, Bruno	Gancho do Vazio, Bruno Fora: Comparação com outro tatuador ou escola; faturamento com número.
Pergunta-chamado. Abre pelo território do vazio, sem nomear a persona.	**TALVEZ SEJA UM** *chamado*	"Você já pensou que talvez a tatuagem não seja um sonho, seja um chamado?" Brand DNA, seção 7 (abertura de Reels; travessão trocado por vírgula)	Gancho do Vazio, com esta tela Fora: "Acredite nos seus sonhos" e todo clichê vetado por R01.
Mito e fato. A tela derruba uma ideia sobre a tatuagem; a fala dá o fato em uma frase.	**TATUAR NÃO É** *desenhar*	"É uma técnica nova." Site oficial, aula experimental, consultado em 06/10/2026 (31.7)	Gancho do Vazio, com o CTA da aula Fora: Mito sobre outra escola; o mito é sempre uma ideia sobre a tatuagem.
Cena de processo. A mão em prática abre o vídeo; a legenda queimada carrega a crença.	**AQUI, ELAS SE TORNARÃO** *firmes*	"Venha como você é, com seus medos, suas dúvidas, suas mãos trêmulas. Aqui, elas se tornarão firmes." Brand DNA, seção 4, manifesto (travessão trocado por vírgula)	Plano fechado de mão de Gancho do Vazio (3 a 14 s) e regras da seção 30 Fora: Sangue, pele irritada, menor de 18 anos, procedimento sem biossegurança visível (33.5).
Antes era. Só com depoimento real, autorizado e com Crédito de Prova.	**ANTES [OCUPAÇÃO]. HOJE,** *tatuadora*	O depoimento em vídeo, com legenda queimada e a legenda de depoimento de 33.2. Personas, Camila (descoberta por post de transição de carreira)	Antes Era [P 15] Fora: Antes e depois lado a lado em anúncio pago; renda ou prazo; depoimento sem autorização.
Convocação. Para encontros reais, com convidado, data e local confirmados.	**DA SALA PRA** *cena*	"Da sala pra cena. A Void conecta você com quem vive disso." Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slide 62)	Convocação do Talks [P 6] Fora: "Todo mês" sem frequência confirmada; convidado sem autorização.

Teste antes de gravar: o gancho passa no testador de 31.5, ataca uma crença nomeada em 31.4 e cabe em 2 s lido em voz alta.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seção 9, tabela de escalas de vídeo e seções 6.5 e 8); acervo fotográfico da The VOID, uso autorizado em 10/2026; Brand DNA da The VOID, set/2026 (seções 1 a 8); Personas, set/2026; comunicacao-m1-m8.html (modelos de Reels de 31.11); Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides citados na tabela 31.7); site oficial, consultado em 06/10/2026.

32

RÉGUA DE COMUNICAÇÃO

UMA CRENÇA POR *etapa*

Do cadastro à indicação, a pessoa passa por oito etapas. Em cada uma pesa uma crença diferente, e a comunicação responde com um atributo, um recurso, um componente e um único pedido.

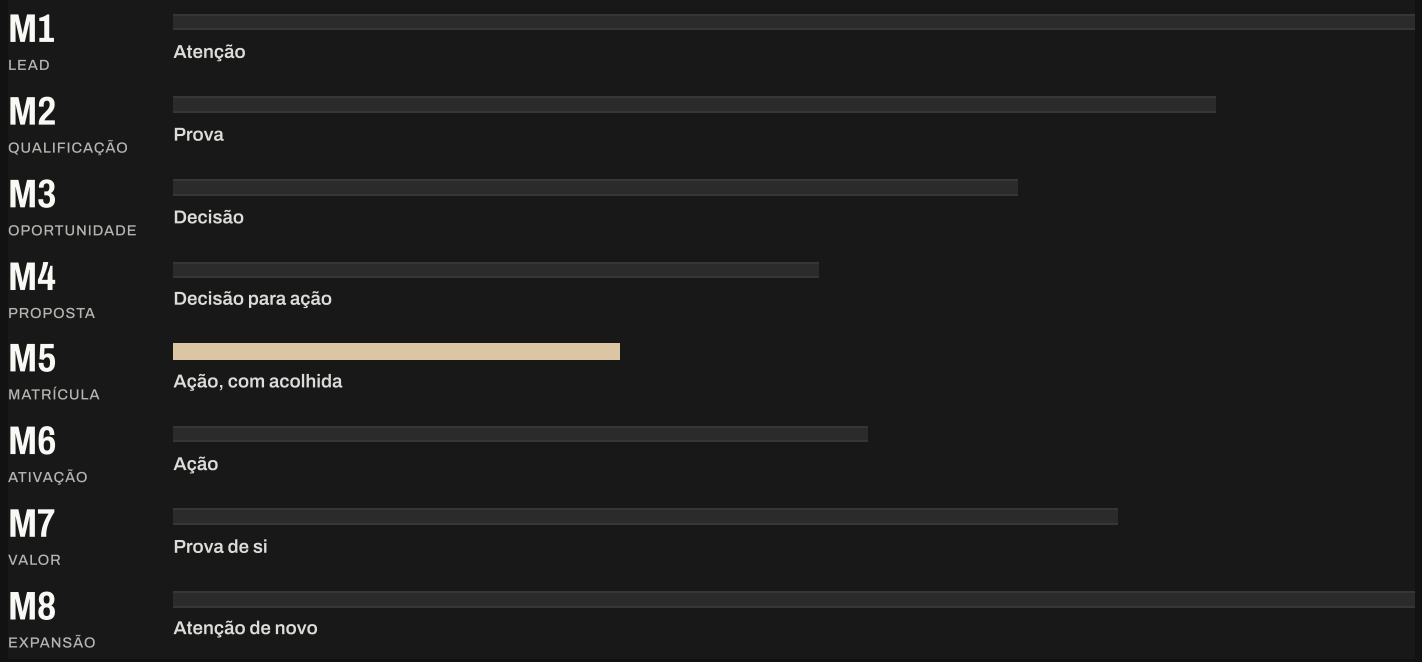
EM UM MINUTO

- A régua tem oito etapas em forma de gravata: de M1 a M4 a pessoa decide entrar; M5 é a matrícula; de M6 a M8 ela vive o valor e leva outros junto.
- Cada etapa tem uma crença dominante, um CTA e uma métrica. Duas ações na mesma mensagem reprovam a peça.
- Os ritos da Plataforma de Branding têm lugar fixo em M6, M7 e M8. Cada um só aparece em peça depois de a The VOID confirmar que ele acontece hoje na escola [P 6]; ritos propostos na pesquisa ficam fora até a aprovação.

32.1

A régua em forma de gravata

O lado esquerdo estreita até a matrícula, onde o nó aperta; o lado direito abre de novo, porque quem forma bem traz o próximo aluno. A função que lidera cada etapa aparece sob a barra.



Nomes técnicos da régua, usados no CRM e no painel: M1 lead · M2 qualificado · M3 oportunidade · M4 proposta · M5 ganho · M6 ativado · M7 valor realizado e retido · M8 expandido e indicação. O time da The VOID vê os nomes em português.

32.2

A matriz completa

Uma linha por etapa. O CTA é o rótulo exato do botão ou da mensagem; o recurso e o componente têm nome canônico nas seções 21 a 25 e 34 a 36.

MATRIZ DE COMUNICAÇÃO M1 A M8

ETAPA	CRENÇA DOMINANTE	ATRIBUTO QUE SOBE	FUNÇÃO	RECURSO QUE LIDERA	COMPONENT
M1 Lead	"Isso não é para mim."	Corajosa	Atenção	Esfera do Vazio e Palavra Sensível	Gancho do Vazio (9:16), Plano de A
M2 Qualificação	"Escola de tatuagem é tudo igual."	Próxima	Prova	Crédito de Prova e Fio de Produto	Antes Era (depoi
M3 Oportunidade	"Lá dentro vou ser só mais um."	Técnica	Decisão	Mapa da Trilha	Comparativo de t Turma, visita
M4 Proposta	"É caro." "Vou pensar."	Técnica e Próxima	Decisão para ação	Barra de Turma e Modo Leitura	Ficha da Formaçã proposta de uma
M5 Ganho	"Será que escolhi certo?"	Próxima	Ação, com acolhida	Selo como Carimbo	E-mail e WhatsA vindas, Cartão do
M6 Ativação	"Minhas mãos não vão obedecer."	Próxima e Corajosa	Ação	Esfera no estado vazio, Ritual do Traço	Hoje, Meu Traço
M7 Valor	"Todo mundo evolui mais rápido que eu."	Técnica (Inspiradora no fecho)	Prova de si	Anel de Preenchimento, Mapa da Trilha	Minha Trilha, Práti Feedback, Marco
M8 Expansão	"Já aprendi o que precisava."	Inspiradora	Atenção de novo	Próximo círculo aceso no Mapa da Trilha	Convite Talks, For formação, indicaç

32.3

A ficha de cada etapa

O que a matriz não cabe: a frase que guia a etapa, a prova que funciona ali, o que nunca dizer, uma mensagem de WhatsApp pronta e uma peça exemplo com foto real da escola. As mensagens completas por canal ficam em comunicacao-m1-m8.html.

M1 · LEAD · ATRIBUTO: CORAJOSA

"Isso não é para mim."

FRASE-GUIA	Se existe um vazio aí, ele tem nome e tem caminho.
PROVA	História real de quem começou do zero, autorizada e com crédito. Uma prova por mensagem.
CANAIS	WhatsApp no primeiro contato, e-mail com o material pedido, Instagram.
MÉTRICA	Tempo até o primeiro contato humano, em minutos; respostas em até 24 horas sobre cadastros.

CTA ÚNICO

GARANTIR MINHA VAGA NA AULA →

WHATSAPP · PRIMEIRO CONTATO

> Oi, {nome}. Aqui é {consultor}, da The VOID.
> Vi que você pediu {material}. Já está no seu e-mail.
> Antes de qualquer coisa, me conta: o que te trouxe até aqui?

Nunca: "fácil", "simples assim", "mesmo sem talento você consegue", "curso barato", qualquer número de renda.

M1 · GANCHO DO VAZIO · 1080 POR 1350

Peça exemplo · M1 · Gancho do Vazio
Plano de abertura do anúncio e do Reels: a crença nomeada sobre a concentração de quem pratica.

FOTO: ACERVO THE VOID

M2 · QUALIFICAÇÃO · ATRIBUTO: PRÓXIMA

"Escola de tatuagem é tudo igual."

FRASE-GUIA	Aqui você aprende fazendo desde o primeiro dia, com feedback individual e uma turma ao lado.
PROVA	A grade em três pilares (técnica, identidade artística e carreira) explicada em uma frase; a prática desde o primeiro dia.

CANAIS	WhatsApp, ligação para quem prefere voz, mensagem direta no Instagram.
MÉTRICA	Leads qualificados sobre cadastrados, por mês, com o motivo de desqualificação registrado.

CTA ÚNICO

AGENDAR MINHA CONVERSA →

WHATSAPP · QUALIFICAÇÃO

> {nome}, obrigado por contar.
> Para eu te indicar o caminho certo: hoje você já tatua ou vai começar do zero?

Nunca: nome de outra escola; "a única escola" ou qualquer exclusividade sem prova; pergunta de renda ou dívida por escrito.

M2 · ROTEIRO · 1080 POR 1350

Peça exemplo · M2 · Roteiro
Capa de carrossel que prova a prática desde o primeiro dia, com a turma na bancada.

FOTO: ACERVO THE VOID

M3 · OPORTUNIDADE · ATRIBUTO: TÉCNICA

"Lá dentro vou ser só mais um."

FRASE-GUIA	Veja com seus olhos como se aprende aqui.
PROVA	O estúdio na Vila Madalena, o método no Mapa da Trilha e os professores, com nome e trajetória autorizados [P 13].
CANAIS	Visita presencial, ligação ou videochamada de diagnóstico, resumo por WhatsApp depois.
MÉTRICA	Comparecimento: visitas ou conversas realizadas sobre agendadas.

CTA ÚNICO

RECEBER MINHA PROPOSTA DE TURMA →

WHATSAPP · CONFIRMAÇÃO DA VISITA

> {nome}, sua visita está marcada: *{data}* às *{horario}*, em *{endereco}*.
> Quem vai te receber sou eu, {consultor}. Pode trazer seus desenhos, se quiser.

Nunca: "decide hoje que o preço muda amanhã" quando não for verdade; comparação com outras escolas.

M3 · CONVITE PARA A VISITA · 1080 POR 1350

Peça exemplo · M3 · Convite para a visita
O estúdio na Vila Madalena como prova: a sala de janelas em arco em dia de aula prática.

FOTO: ACERVO THE VOID

M4 · PROPOSTA · ATRIBUTO: TÉCNICA E PRÓXIMA

"É caro." "Vou pensar."

FRASE-GUIA	O que você vai ter, quando começa e como paga. Sem letra miúda.
PROVA	Depoimento de alguém com o mesmo perfil, com crédito; valor total, parcelas e condições iguais ao checkout [P 15].
CANAIS	WhatsApp para enviar e acompanhar, e-mail com a proposta por escrito, ligação para objeções.
MÉTRICA	Tempo em decisão: dias entre o envio da proposta e a resposta.

CTA ÚNICO

GARANTIR MINHA VAGA NA TURMA →

WHATSAPP · RESPOSTA A "VOU PENSAR"

> Faz sentido pensar, {nome}. Decisão boa é decisão consciente.
> Me conta: o que pesa mais agora, o valor, o tempo ou a dúvida se você dá conta?

Nunca: "o investimento se paga em X semanas"; "últimas vagas" sem número real.

M4 · CAPA DA PROPOSTA · 1080 POR 1350

Peça exemplo · M4 · Capa da proposta
Abre a proposta de uma página: a bancada de trabalho, sem rosto e sem promessa.

FOTO: ACERVO THE VOID

M5 · MATRÍCULA · ATRIBUTO: PRÓXIMA

"Será que escolhi certo?"

FRASE-GUIA	Você escolheu. Agora a gente cuida do primeiro passo junto com você.
PROVA	O plano do primeiro dia, com horário, endereço e o nome de quem recebe. Clareza é a prova.
CANAIS	WhatsApp na hora, e-mail de boas-vindas (um dos dois e-mails com a tagline; o outro é o convite da Formatura com Pele), ligação para quem mostrou mais insegurança.
MÉTRICA	Matrículas pagas sobre propostas decididas; ciclo de venda em dias.

CTA ÚNICO

CONFIRMAR PRESENÇA NO PRIMEIRO DIA →

WHATSAPP · CONFIRMAÇÃO

> {nome}, matrícula confirmada. Boas-vindas à The VOID.
> Seu primeiro dia é *{data_turma}*, às *{horario}*, em *{endereco}*.
> Pode confirmar sua presença?

Nunca: "agora não tem volta"; condição que não estava na proposta; várias mensagens no mesmo dia.

M5 · BOAS-VINDAS · 1080 POR 1350

Peça exemplo · M5 · Boas-vindas
Primeira tela do WhatsApp e do e-mail de boas-vindas: a marca nas mãos de quem já faz parte.

FOTO: ACERVO THE VOID

M6 · ATIVAÇÃO · ATRIBUTO: PRÓXIMA E CORAJOSA

"Minhas mãos não vão obedecer."

FRASE-GUIA	Todo mundo começa com um traço. Aqui, ele tem nome, coragem e história.
PROVA	O próprio avanço do aluno. Aqui, a prova de terceiros pesa menos que a evidência de si.
RITOS	Ritual do Traço no primeiro dia; Primeira Pele, com foto oficial e consentimento. Os dois só entram em mensagem depois de confirmados [P 6].
MÉTRICA	Ativação no prazo: alunos que cumpriram os marcos combinados sobre matrículas pagas.

CTA ÚNICO

REGISTRAR MEU PRIMEIRO TRAÇO →

WHATSAPP DO PROFESSOR · DEPOIS DA PRIMEIRA PELE

> {nome}, você fez sua primeira pele hoje. Você nunca esquece a primeira.
> Um ponto forte: {ponto_forte}. Um ponto para a próxima: {ponto_ajuste}.
> {professor}, The VOID

Nunca: "relaxa, é fácil"; correção do erro de um aluno no grupo da turma; comparação entre alunos.

M6 · HOJE, NA ÁREA DE MEMBROS · 1080 POR 1350

Peça exemplo · M6 · Hoje, na área de membros
Cena de mão em ação, com biossegurança visível, para o primeiro registro de prática.

FOTO: ACERVO THE VOID

M7 · VALOR · ATRIBUTO: TÉCNICA

"Todo mundo evolui mais rápido que eu."

FRASE-GUIA	Sua evolução é medida contra você mesmo, não contra os outros.
PROVA	O primeiro traço ao lado do trabalho de hoje, visível só para o aluno.
RITOS	Workshop do Estilo no meio da formação; Formatura com Pele no fim, quando a Inspiradora volta ao primeiro plano. Os dois dependem de confirmação [P 6].
MÉTRICA	Conclusão da turma: alunos na Formatura com Pele sobre alunos ativados.

CTA ÚNICO

ENVIAR MEU TRABALHO PARA FEEDBACK →

WHATSAPP · FALTA EM AULA PRÁTICA

> {nome}, senti sua falta na prática de hoje. Está tudo bem?
> Me fala como você está, e eu vejo com a coordenação o jeito certo de você não perder esse conteúdo.

Nunca: "você está atrasado em relação à turma"; ranking de velocidade; cobrança financeira na mesma mensagem do feedback.

M7 · MARCO DE EVOLUÇÃO · 1080 POR 1350

Peça exemplo · M7 · Marco de evolução
Cartão do marco: o trabalho em pele sintética, comparado só com o próprio aluno.

FOTO: ACERVO THE VOID

M8 · EXPANSÃO · ATRIBUTO: INSPIRADORA

"Já aprendi o que precisava."

FRASE-GUIA	Seu próximo capítulo, e o capítulo de quem você trouxer.
PROVA	Trajetória de ex-alunos do Master e do Pro, com autorização; a história do próprio aluno, contada por ele.
RITOS	The VOID Talks, com frequência a confirmar [P 6]; a comunidade VOIDERS. Ex-alunos como mentores só depois de a escola confirmar que o programa existe [P 6].
MÉTRICA	Formados que entram na formação seguinte em até 12 meses; indicações e depoimentos consentidos.

CTA ÚNICO (UM POR MENSAGEM)

CONHECER O MASTER →

WHATSAPP · PRÓXIMO NÍVEL

> {nome}, olhando seu portfólio de formatura, o próximo passo natural é o The VOID Master, onde você descobre sua identidade artística.
> Quer conhecer o Master numa conversa de 20 minutos?

Nunca: "indique e ganhe dinheiro" como argumento; benefício de indicação que não exista; "você ainda não está pronto".

M8 · CONVITE PARA O MASTER · 1080 POR 1350

Peça exemplo · M8 · Convite para o Master
Fecho da formação em comunidade, a única cena colorida da régua (regime Terra), levando ao próximo produto.

FOTO: ACERVO THE VOID

32.4

Os ritos na régua

Os momentos de marca definidos na Plataforma de Branding (slides 59 a 63). Cada um tem lugar fixo na régua e frase própria, dita na voz em off. A prática atual de cada um na escola depende de confirmação [P 6]: até lá, nenhum aparece em peça, página, mensagem ou área de membros como coisa que já acontece.

M6 · PRIMEIRO DIA

RITUAL DO TRAÇO

Todo mundo começa com um traço.

Aqui, ele tem nome, coragem e história. Elemento do rito: cada aluno desenha seu traço num mural coletivo da escola (slide 60). O mural segue a mesma regra do rito: só aparece depois de confirmado.

M6 · A PRIMEIRA TATUAGEM

PRIMEIRA PELE

Você nunca esquece sua primeira pele.

Foto oficial pelo protocolo da seção 29, com consentimento do aluno e de quem foi tatuado.

M7 · MEIO DA FORMAÇÃO

WORKSHOP DO ESTILO

Descubra sua identidade artística.

Experimentação com foco em estilo autoral, com aulas especiais, desafios e imersões, para sair do "mais do mesmo".

M7 · FIM DA FORMAÇÃO

FORMATURA COM PELE

Um novo capítulo na pele.

Você não sai apenas com um certificado. Contexto de peso: aceita a tagline.

M8 · COMUNIDADE

THE VOID TALKS

Da sala pra cena.

Encontros com quem vive de tatuagem. Frequência real a confirmar antes de dizer "todo mês" [P 6].

M8 · COMUNIDADE · A CONFIRMAR

EX-ALUNOS MENTORES

Não é um momento de marca: é uma direção da Plataforma para a fidelização (slide 74). Até a escola confirmar que o programa existe [P 6], a peça diz só: "Quem se forma continua na comunidade VOIDERS." Sem logotipo próprio.

[P 6] Duas confirmações com a The VOID. Primeira: se os momentos da Plataforma de Branding (Ritual do Traço com o mural coletivo, Primeira Pele, Workshop do Estilo, Formatura com Pele e The VOID Talks, com a frequência real) e o programa de ex-alunos mentores acontecem hoje na escola. Segunda: a aprovação dos ritos propostos durante a pesquisa da GrowAI (Pergunta do Vazio, Primeiro Toque, Convite ao Traço, Passagem de Trilha, padrinho de turma, Mural do Vazio) e do quinto momento de marca, que não existe nas fontes. Até a resposta, nenhum deles aparece em peça, página, mensagem ou arquitetura do site como coisa que já acontece.

32.5

Como medir cada etapa

Definições para o painel, sem número: os valores saem do CRM e da secretaria. Receita e valor por aluno ficam só no painel interno.

PROPOSTA

MÉTRICAS POR ETAPA

ETAPA	MÉTRICA	COMO CALCULAR	UNIDADE E PERÍODO
M1	Tempo até o primeiro contato humano	Mediana de (primeira resposta da equipe menos cadastro)	Minutos, por semana
M2	Conversão de M1 para M2	Leads qualificados / leads cadastrados	Percentual, por mês
M3	Comparecimento	Visitas ou conversas realizadas / agendadas	Percentual, por mês
M4	Tempo em decisão	Mediana de (resposta menos envio da proposta)	Dias
M5	Taxa de matrícula	Matrículas pagas / propostas decididas (sim ou não)	Percentual, por turma
M6	Ativação no prazo	Alunos que cumpriram os marcos de M6 no prazo / matrículas pagas	Percentual, por turma
M7	Conclusão da turma	Alunos na Formatura com Pele / alunos ativados	Percentual, por turma
M8	Ascensão em 12 meses	Formados que entraram na formação seguinte em até 12 meses / formados	Percentual, por turma

Regra de operação: as mensagens de M1 a M5 saem de um único canal oficial de WhatsApp, com um responsável nomeado por etapa. Telefone e WhatsApp oficiais por produto dependem de [P 8].

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seção 10, tabela 9.4 e seções 6.5 e 8); acervo fotográfico da The VOID, uso autorizado em 10/2026; pesquisa de comunicação M1 a M8 e área de membros, GrowAI, 06/10/2026; Brand DNA da The VOID, set/2026; Personas, set/2026; Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (jornada atual, momentos de marca e direção de fidelização, slides 55 a 63 e 73 a 75); comunicacao-m1-m8.html, fonte das mensagens prontas.

33

CONFORMIDADE

PROVA ANTES DE *promessa*

O que a The VOID pode afirmar, o que só afirma com prova arquivada e o que não afirma nunca. Com as frases prontas para os avisos que a lei e as plataformas exigem.

EM UM MINUTO

- Todo número vai com o Crédito de Prova completo: o que mede, recorte, data, fonte e marca de origem. Sem prova, o número sai; nunca vira zero e nunca vai com colchete.
- Superlativo, natureza oficial do curso e promessa de renda com número ou prazo estão vetados. A tabela 33.3 diz o que escrever no lugar.
- As frases-modelo de 33.4 são usadas como estão; quem muda o sentido de uma delas reabre a validação.
- Esta seção é guia de comunicação, não parecer jurídico. Os itens marcados pedem advogado antes de virar contrato [P 20].

33.1

As doze regras de prova

Valem para peça orgânica, anúncio, página, mensagem, e-mail e área de membros. Um "não" em qualquer uma trava a peça até a correção.

01 **NÚMERO COM PROVA ARQUIVADA**
Recorte dito (turma, período, base), data, fonte e marca de origem visível (seção 25).

02 **SUPERLATIVO SÓ COM PROVA PÚBLICA**
Nenhum "maior", "melhor" ou "única", e nenhuma contagem de alunos sem método publicado na Ficha de Fatos.

03 **NATUREZA DO CURSO**
Nada que sugira diploma, curso técnico ou chancela de órgão oficial sem validação de advogado [P 20].

04 **ZERO PROMESSA FINANCEIRA**
Nenhum valor de ganho, prazo de retorno ou multiplicador de preço em texto público.

05 **URGÊNCIA SÓ REAL**
Vagas e prazos vêm do calendário de turmas; a Barra de Turma some sozinha quando a data vence.

06 **PREÇO IGUAL AO CHECKOUT**
Valor total, número de parcelas e condições batem com a página de pagamento [P 15].

07 **DEPOIMENTO REAL**
Autorizado, sem edição que mude o sentido; caso fora da média dito como tal; parceria paga identificada.

08 **ANTES E DEPOIS DE TRAÇO**
Só em página interna e orgânico, com data e autorização; nunca lado a lado em anúncio pago.

09 **MENORES, NUNCA**
Nenhum menor como modelo ou em procedimento; mídia paga segmentada para maiores de 18 anos.

10 **NADA PRESUMIDO**
O texto nunca supõe dívida, renda, saúde ou emoção de quem lê. Faixa de renda das personas é dado interno.

11 **CONCORRENTE NUNCA CITADO**
Nem pelo nome, nem por insinuação. Material interno da agência nunca vai a público.

12 **MESMA PROMESSA NO DESTINO**
A página repete a promessa do anúncio e traz razão social e CNPJ no rodapé [P 8].

33.2

A anatomia de uma prova

Cinco partes, lidas em voz alta antes de publicar. A construção visual, com as quatro marcas de origem, está na seção 25.

dado em validação

alunos concluíram a formação Start

-- contagem da secretaria · turmas de [mês/ano] a [mês/ano] · registro interno da escola

NÃO PUBLICAR: BLOQUEIA EXPORTAÇÃO

1. **O que mede:** uma frase que diz o que foi contado ("alunos concluíram a formação Start").
2. **Recorte:** turma, período e base ("turmas de [mês/ano] a [mês/ano]").
3. **Data:** quando o número foi apurado.
4. **Fonte:** de onde veio ("contagem da secretaria", "Perfil da Empresa no Google, captura de [data]").
5. **Marca de origem:** fio cheio para medido pela escola, tracejado para declarado por terceiro, pontilhado para estudo de mercado. Em validação, o número some e a peça não sai.

Legenda de depoimento (use como está)

> Depoimento real de [nome], aluno da formação [Start/Master/Pro], turma [mês/ano], usado com autorização.

33.3

Claims vetados e o que dizer no lugar

Os textos riscados não aparecem em peça, página, bio, roteiro, mensagem ou dado estruturado. Alguns voltam quando houver prova pública; outros, só com advogado.

CLAIMS VETADOS

VETADO	POR QUÊ	DIGA NO LUGAR

VETADO	POR QUÊ	DIGA NO LUGAR
~~"a maior escola de tatuagem do [país, região ou mundo]"~~	Superlativo sem prova pública (L2, R02).	"Escola de tatuagem na Vila Madalena, em São Paulo, que forma tatuadores do primeiro traço à carreira profissional."
~~"#1", "Nº 1", "a melhor escola", "a única escola", "líder"~~	Superlativo conta como número sem crédito.	Descreva o que a escola faz e mostre uma prova com crédito.
~~"+ [N] alunos" sem método de contagem~~	Número de alunos sem método de contagem publicado.	"[N] alunos concluíram a formação [produto] entre [mês/ano] e [mês/ano]", com o Crédito de Prova completo [P 15].
~~"[N] anos de mercado", "EST [ano]", "desde [ano]"~~	Tempo de mercado ou ano de fundação depende da confirmação com a The VOID [P 5].	Nenhum ano até a confirmação.
~~"o mercado cresce [N]% ao ano", "o maior mercado do [país ou região]"~~	Dado de mercado sem fonte publicada.	Estudo externo com link, data e origem pontilhada; sem fonte, a frase sai.
~~"curso reconhecido pelo MEC", "diploma", "curso técnico", "habilitação", "credenciado", certificação por instituição parceira~~	Reconhecimento oficial de ensino: vetado até validação de advogado [P 20].	A frase de curso livre de 33.4, depois de validada. O certificado aparece como item da oferta, nunca como argumento.
~~"o curso se paga em [N] meses", "cobrei R$ [valor] em [N] meses", "dobrar o valor", "cobrar [N] vezes mais"~~	Promessa de valor cobrado ou faturamento com número e prazo (R07). A peça não sai.	"A tatuagem pode virar sua profissão. O caminho é treino, portfólio e cliente, e a formação prepara você para cada etapa."
~~Nome de produto, desafio ou evento com valor em dinheiro ("Desafio [N] mil")~~	O nome é lido como promessa de ganho [P 7].	Nome sem número.
~~"últimas vagas" sem número, contador que reinicia, "só hoje" toda semana~~	Urgência fabricada induz a erro.	A frase de vagas com número e data (33.4) e a Barra de Turma ligada ao calendário.
~~"garantia de sucesso", "garantia de clientes", "renda garantida"~~	Resultado depende de prática e de mercado; a escola não controla.	Garantia só de processo que a escola cumpre e que esteja no contrato, se existir [P 15].

33.4

Frases-modelo, prontas para copiar

Use como estão. Os colchetes viram dado real antes de publicar; frase com colchete não vai ao ar.

RESULTADO · VERSÃO LONGA

Os resultados mostrados são de alunos reais e não são garantia. O seu resultado depende da sua dedicação, da prática fora da aula e do seu mercado local.

AVISO DE CONFORMIDADE DA LP · VERSÃO CURTA

Resultados individuais variam conforme prática e dedicação.

Vai logo abaixo do Rolo de Depoimentos e de toda Régua de Prova.

CURSO LIVRE E CERTIFICADO

◌ AGUARDA ADVOGADO

A The VOID oferece formação livre em tatuagem. Ao concluir, você recebe o certificado de conclusão da escola. Curso livre não depende de autorização do MEC e não equivale a curso técnico ou superior.

Redação proposta; só vai ao ar depois da validação [P 20].

VAGAS

Turma de [mês/ano]: [N] vagas no total. Restam [N] em [data].

O número vem do controle de matrículas no dia da publicação; sem número atualizado, a frase não sai.

PRAZO DE CONDIÇÃO

Condição válida até [dia/mês], às [hora]. Depois disso, o valor volta para R$ [valor].

A condição precisa acabar de fato na data.

DIREITO DE ARREPENDIMENTO

Matrícula feita pela internet, telefone ou WhatsApp pode ser cancelada em até 7 dias a partir da contratação, com devolução integral do valor pago, conforme o artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor.

CHAMADA DE MODELOS

Procuramos modelos maiores de 18 anos. Documento com foto obrigatório no dia. A sessão é feita por aluno sob supervisão de instrutor, com protocolo de biossegurança.

"Sob supervisão de instrutor" só entra se for verdade.

BIOSSEGURANÇA E LICENÇA

Na formação você aprende o protocolo de biossegurança. Para atender clientes no seu próprio espaço, você precisa da licença da vigilância sanitária da sua cidade.

PARCERIA PAGA

#publi · Parceria paga com a The VOID.

No início da legenda, com a marcação de parceria paga da plataforma.

CONCURSO CULTURAL

Concurso exclusivamente cultural, sem sorteio, sem compra e sem custo de participação. Vencedores escolhidos por júri com os critérios do regulamento.

FORMULÁRIO

Usamos seus dados para falar com você sobre a formação. Você pode sair quando quiser. Leia a Política de Privacidade.

Com a caixa de consentimento desmarcada e o link da política ao lado.

MICROCOPY DO BOTÃO

Resposta de uma pessoa do time em até 2h, sem ligação invasiva.

Só enquanto o compromisso de prazo existir e for cumprido.

33.5

Imagem, menores, saúde e dados

Quatro regras que valem para toda foto, vídeo, formulário e chamada de modelo. A base legal vem da pesquisa de conformidade e precisa de advogado onde indicado.

18+ NENHUM MENOR TATUADO

O QUE MANDA Nenhum menor de 18 anos como modelo, em aula, evento, workshop ou peça, mesmo com autorização dos pais. Mídia paga de matrícula e de modelos sempre segmentada para maiores de 18.

POR QUÊ A lei estadual de São Paulo 9.828/1997 proíbe tatuagem permanente em menores, sem exceção. Aceitar menor em aula teórica é decisão da escola, com advogado [P 20].

TESTE Toda pessoa na peça tem documento conferido e autorização arquivada?

02 DOIS DIREITOS EM CADA FOTO

O QUE MANDA A pessoa fotografada autoriza a imagem por finalidade (orgânico, site, anúncio pago, depoimento com nome, área de membros); a arte do aluno e a foto têm direito autoral próprio. Foto autorizada só para orgânico não vai para anúncio.

POR QUÊ Código Civil, artigo 20 (imagem) e Lei 9.610/1998 (direito autoral). Termo de imagem e cessão da arte aguardam advogado [P 20].

TESTE O termo assinado cobre o canal onde a peça vai sair?

BIO BIOSSEGURANÇA VISÍVEL E VERDADEIRA

O QUE MANDA Todo procedimento aparece com luva nitrílica, filme plástico, material de uso único e descarte. Em anúncio pago, nada de sangue, ferida, secreção ou close de pele irritada. O certificado nunca é apresentado como licença para abrir estúdio.

POR QUÊ Em São Paulo, estúdio precisa de cadastro na vigilância em saúde do município e segue a norma sanitária do estado. A licença da escola para procedimento em aula está em validação [P 20].

TESTE O que aparece na foto é o que acontece de fato na sala?

07 DADOS COM FINALIDADE DITA

O QUE MANDA Formulário com finalidade explicada, link da política de privacidade e consentimento desmarcado. Nada de renda, dívida ou saúde sem necessidade; anamnese de modelo nunca aparece em conteúdo. Venda online informa o cancelamento em até 7 dias.

POR QUÊ Lei Geral de Proteção de Dados (dado de saúde é sensível) e Código de Defesa do Consumidor, artigo 49.

TESTE A pessoa sabe para que serve cada campo e como sair?

33.6

O que trava uma peça

Antes de publicar, a peça passa pelo checklist de aprovação da seção 07, que gera o resumo para quem aprova. Estes são os cinco grupos de conformidade dele.

PROMESSA E PROVA

Sem renda com número e prazo; todo número com crédito; aviso de resultado quando há prova.

NATUREZA DO CURSO

Nenhuma chancela oficial sugerida; certificado só como item da oferta.

MENORES E SAÚDE

Ninguém abaixo de 18 anos; biossegurança real; anúncio sem sangue.

IMAGEM E DADOS

Autorização por canal; arte creditada; nenhum dado de aluno visível.

OFERTA E PLATAFORMA

Preço igual ao checkout; vagas reais; mesma promessa no destino; nada presumido sobre quem lê.

33.7

Itens que pedem advogado

Não são dados pendentes: são decisões jurídicas. Até a validação, o claim correspondente fica fora e as frases ficam marcadas como proposta.

1. Redação final do aviso de curso livre e vigência das normas de educação profissional que o sustentam.
2. Se a escola aceita alunos menores de idade em alguma formação, e em que condições contratuais.
3. Licença sanitária da sede para procedimento em aula e adequação da carga de biossegurança à vigilância local.
4. Termo de uso de imagem por finalidade e cessão de direito autoral da arte do aluno e de fotos de terceiros.
5. Cancelamento e reembolso: turmas que começam em menos de 7 dias e conteúdo digital já acessado.
6. Política de garantia, se existir.
7. Regulamento de cada concurso cultural; autorização prévia para qualquer sorteio.
8. Política de privacidade e base legal de cada tratamento de dados (leads, alunos, modelos, área de membros).
9. Forma de exibir o preço parcelado.

[P 20] Validação de advogado para os itens acima, para a retirada definitiva da menção a órgão oficial e parceria de certificação, e para a aceitação de menores. Nada desta lista vira regra pública antes disso.

[P 8] Razão social, CNPJ, telefone principal e WhatsApp oficial por produto. Sem eles, o rodapé legal das páginas de destino fica incompleto e a regra 12 não fecha.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seção 11); pesquisa de conformidade da GrowAI, 06/10/2026, a partir do Código de Defesa do Consumidor, do Código e do Guia de Influenciadores do CONAR, da Lei Geral de Proteção de Dados, da lei estadual de São Paulo 9.828/1997, da legislação sanitária de São Paulo e das políticas de anúncio da Meta e do Google (guia de comunicação, não parecer jurídico); Brand DNA da The VOID, set/2026 (regras R02, R05 e R07).

PARTE IX · CANAIS · SEÇÕES 34 A 36

OS *canais*

34 Landing page e VSL
35 Redes, WhatsApp, e-mail e deck
36 Membros, artigo, entidade e pendências

34

CANAIS · CONVERSÃO

UMA PÁGINA, *um pedido*

Toda landing page e toda VSL da The VOID nomeiam uma crença, alternam cena, cartela e documento, e terminam em um único botão com o mesmo rótulo do começo ao fim.

EM UM MINUTO

- A página não tem menu nem saída: um destino de CTA, repetido de 3 a 5 vezes, sempre com o mesmo rótulo da biblioteca.
- São 23 componentes nomeados (LP01 a LP23). A ordem do Start alterna cena, cartela e documento e só usa Modo Leitura na Ficha da Formação.
- O botão é o Letreiro Aceso: retângulo Tela, texto Sala, seta na cor do produto. É o ponto mais claro da dobra.
- A VSL tem 9 blocos, 5 tipos de cartela, legenda sempre e um fecho com Créditos Finais. Nada de valor em reais na capa.

34.1

A primeira dobra

No celular, título, linha de apoio e botão cabem em 640 px de altura sem rolar. No computador, o botão é a superfície mais clara da tela. As duas maquetes seguem o Plano de Abertura (LP03).

FOTO: ACERVO THE VOID

LP03 NO CELULAR, START · 1080 POR 1920

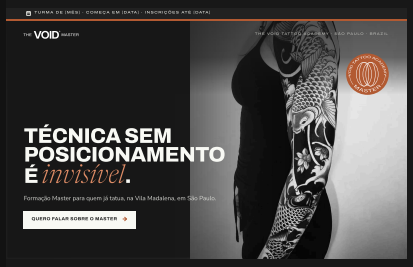


FOTO: ACERVO THE VOID

LP03 NO COMPUTADOR, MASTER · 1440 POR 900

1 **Vazio.** O título nomeia a crença da persona, em até 6 palavras, com uma Palavra Sensível. Véu de 70% sob o texto (62% mínimo sob a linha de apoio).

2 **Encontro.** Uma linha racional: o que é e onde é ("Vila Madalena, São Paulo"). Ficha Técnica no topo, sem ano de fundação [P 5].

3 **Ação.** O botão com o rótulo da biblioteca e uma microcopy em Pó. No celular ele ocupa a largura toda; no computador é a superfície mais clara.

No celular, o título passou de 3 linhas com o Archivo a 100 de largura: a regra de largura (seção 18) estreitou para 85 antes de reduzir o tamanho, e o título ficou em 44 px. O Selo como Carimbo tem 96 px reais (o mínimo do selo simples); abaixo disso, entra o Rótulo de Produto.

O esqueleto comum a toda LP

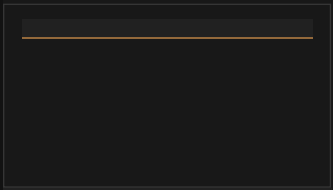
- Campo Sala, sem menu e sem link de saída; `data-estacao` do produto no `<body>`.
- Um único destino de CTA, repetido de 3 a 5 vezes com o mesmo rótulo (L1). Privacidade e descadastro não contam.

- Maior elemento visível em menos de 2,5 s em 4G; imagens WebP ou AVIF com largura e altura declaradas; vídeo nunca toca sozinho com som.
- Densidade: aula experimental de 5 a 7 seções; Start de 12 a 14; Master de 10 a 12; Pro de 9 a 11; The VOID Talks com 5.

34.2

Os 23 componentes

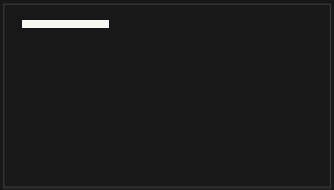
Cada componente tem nome canônico, tipo de tela (cena, cartela, documento ou interface) e uma especificação fechada. A miniatura mostra a composição, com foto real do acervo nos componentes de cena; o quadradinho do tipo é o mesmo da régua de montagem abaixo.



LP01 INTERFACE

Barra de Turma

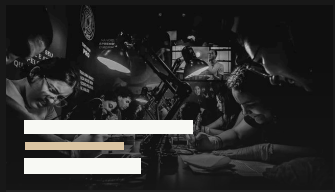
40 px em Bastidor, fio do produto, ícone de calendário e a turma em Crédito. Só existe com data de início válida e futura; some sozinha quando vence. Nunca em vermelho, nunca com contador.



LP02 INTERFACE

Cabeçalho Mínimo

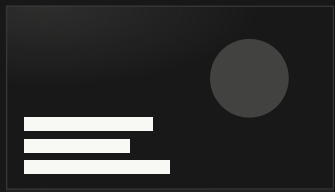
Logotipo de produto branco, de 24 a 32 px de altura. Sem menu.



LP03 CENA

Plano de Abertura

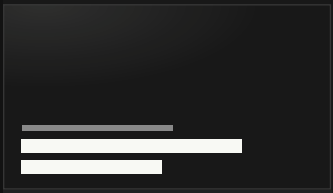
Foto P&B sangrada com véu, Título de Filme com Palavra Sensível, linha racional, botão, microcopy, selo no canto e Ficha Técnica sem ano.



LP04 CARTELA

Cartela do Vazio

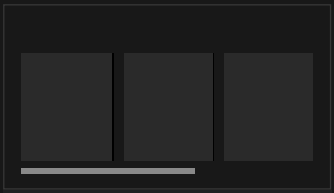
Esfera ou campo puro e frases curtas empilhadas que espelham a crença da persona.



LP05 CARTELA

Virada

A crença em Pó, riscada por um fio de 2 px no grafismo do produto; a verdade abaixo, em Título de Filme. No Pro, vira Autoavaliação.



LP06 CENA

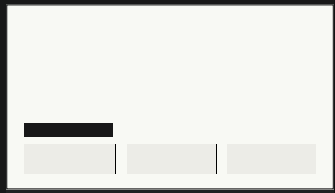
Rolo de Depoimentos

3 ou 4 vídeos 9:16 com rolagem lateral visível, capa no regime Terra, "ANTES, [OCUPAÇÃO]. HOJE, [TATUADOR OU TATUADORA]" com o gênero que a pessoa escolher, crédito de depoimento e Aviso de Conformidade abaixo.

LP07 DOCUMENTO

Régua de Prova

De 3 a 4 numerais validados, cada um com Crédito de Prova. Some se não houver nenhum validado.



LP08 DOCUMENTO

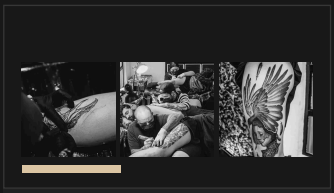
Método ARTE e Mapa da Trilha

Mapa da Trilha com o produto aceso e três colunas (Artista, Tatuador, Empreendedor). No celular, cartões empilhados com o atual primeiro.

LP09 DOCUMENTO

Roteiro

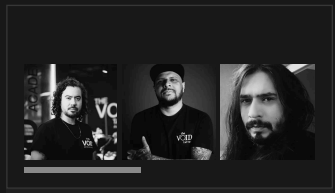
Grade de módulos em acordeão, o primeiro aberto: Marcador de Estação, nome, o que o aluno sabe fazer no fim e o pilar. Termo técnico explicado na primeira vez.



LP10 CENA

Fotograma dos Rituais

Tríptico P&B no protocolo dos ritos: Ritual do Traço, Primeira Pele, Formatura com Pele, cada um com a frase do rito na voz em off.



LP11 CENA

Elenco

Retratos P&B de luz lateral, nome, estilo e anos de prática [P 13], com link para a página do professor.

LP12 DOCUMENTO

Para Quem É

Duas colunas: ícone de confirmação para "é" e traço em Fumaça para "não é".

LP13 CENA

Locação

Foto real da fachada e da sala, bloco NAP canônico, mapa estático em Penumbra e "como chegar".

LP14 DOCUMENTO

Ficha da Formação

Modo Leitura: selo, o que inclui, formato, carga horária, turma, investimento com total e parcelas [P 15], botão Sala, frase de arrependimento e frase de curso livre.

LP15 DOCUMENTO

Perguntas

Acordeão em Sala com as objeções da persona (preço, talento, mercado, "vou pensar"). Texto idêntico ao do FAQPage.

LP16 CARTELA

Créditos Finais

Sala total, Eco do VOID, a última linha que fica, botão, rodapé-assinatura, NAP e rodapé legal. Tagline só nos contextos de peso.

LP17 INTERFACE

Barra Fixa

Só no celular, depois do hero: 64 px, Rótulo de Produto à esquerda e o botão à direita. Some na Ficha da Formação; respeita a área segura do aparelho.

LP18 DOCUMENTO

Formulário Curto

3 a 4 campos com rótulo visível acima, campo Coxia de raio 0 com borda Fumaça, erro com ícone e frase, consentimento desmarcado e UTM oculta.

LP19 CARTELA

Pós-Créditos

Página de obrigado: Esfera, "Seu lugar está reservado. O próximo passo é [ação].", prazo real de resposta e botão para o WhatsApp com a origem.

LP20 CENA

Sala de Projeção

Player 16:9 com capa no sistema, capítulos nomeados, resumo em texto e transcrição recolhível presente no HTML.

LP21 CARTELA

Faixa de Manifesto

Frase do manifesto em Archivo 500 caixa alta, até 40 palavras, com uma Palavra Sensível, sobre Sala com grão.

LP22 INTERFACE

Autoavaliação

Só no Pro, no lugar da Virada: cinco perguntas de sim ou não, uma por vez, e a resposta num cartão Bastidor que nomeia o ponto de partida. Nenhuma pergunta sobre renda.

LP23 DOCUMENTO

Comparativo de Trilhas

Start, Master e Pro como um caminho, não como concorrentes: selo, para quem é, o que desenvolve, pré-requisito, formato e próximo passo. A coluna da página atual fica acesa; no celular, ela vem primeiro.

34.3

A ordem do Start e as variantes

A régua abaixo é a LP do Start de cima para baixo, rotulada por tipo. Nunca há três telas iguais seguidas (L8) e o Modo Leitura aparece uma vez, na Ficha da Formação, dentro do teto de 25% da altura.

CENA · CARTELA · DOCUMENTO · INTERFACE · a moldura na cor do produto marca a única seção em Modo Leitura.

VARIANTES POR OFERTA

OFERTA	SEÇÕES	O QUE MUDA EM RELAÇÃO AO START
Aula experimental	5 a 7	Assina com `void-start` e o selo Start como próxima etapa, campo institucional (`chamado`) [P 14]. Hero com o que é, quando e onde; roteiro da aula só depois de confirmado [P 16]. A métrica é presença, não cadastro.
Start	12 a 14	A ordem da régua acima. Variante para a persona Camila: hero "Sua experiência é um diferencial, não um atraso", lógica antes da emoção e CTA para visita.
Master	10 a 12	Hero de provocação técnica, galeria do trabalho final autoral (com autorização), Comparativo de Trilhas (LP23) com o Master aceso. O método pode citar o diagnóstico técnico como primeira etapa, como faz o site oficial. Fecho com "Descubra sua identidade artística".
Pro	9 a 11	Autoavaliação (LP22) no lugar da Virada. Casos com régua de prova, nunca faturamento com número e prazo. Uma frase de assinatura por campanha.
The VOID Talks	5	Página cultural, sem oferta de formação. Letreiro Corrido no topo, convidado, data e local reais, confirmação em dois campos.

LP23 · Comparativo de Trilhas, na LP do Master

The VOID Start

PARA QUEM É

Quem nunca tatuou e quer começar do zero, sem precisar saber desenhar.

O QUE DESENVOLVE

Fundamentos, pele artificial, pele humana e mercado.

PRÉ-REQUISITO

{{A_CONFIRMAR}} [P 15]

FORMATO

Presencial, na Vila Madalena. Carga horária [P 15].

The VOID Master

VOCÊ ESTÁ AQUI

PARA QUEM É

Quem aprendeu a tatuar e já tatua em pele humana.

O QUE DESENVOLVE

Diagnóstico técnico, prática progressiva, correção em tempo real e projetos maiores.

PRÉ-REQUISITO

Já tatuar em pele humana.

FORMATO

Presencial, na Vila Madalena. Turma e carga horária [P 15].

QUERO FALAR SOBRE O MASTER →

The VOID Pro

PARA QUEM É

Tatuador que quer profissionalizar a carreira e construir a sua estratégia de crescimento.

O QUE DESENVOLVE

Marca, conteúdo, vendas e gestão financeira, e tráfego.

PRÉ-REQUISITO

{{A_CONFIRMAR}} [P 15]

FORMATO

Online, com aulas ao vivo. Duração [P 15].

Na LP, só a coluna acesa tem botão: as outras explicam o caminho, sem virar saída (L1). Na página `/trilha/` do site, nenhuma coluna fica acesa e cada uma leva à página do seu produto. No celular, três cartões empilhados com o atual primeiro; nunca uma tabela larga cortada. Nunca compara com outras escolas. Os textos de "para quem é" e "o que desenvolve" vêm das páginas oficiais; formato, carga horária e turma esperam o dado de oferta [P 15].

34.4

O botão Letreiro Aceso

O único estilo de CTA do sistema. Troque o produto: só a seta muda de cor. Nada pulsa, nada brilha, nada conta o tempo.

REPOUSO

QUERO CONVERSAR SOBRE MINHA TURMA →

Tela com texto Sala, 56 px de altura (52 px no celular, largura total).

SOB O PONTEIRO

QUERO CONVERSAR →

O fundo sobe para Branco em 120 ms. Sem escala, sem sombra.

PRESSIONADO

QUERO CONVERSAR →

O fundo desce para Cal.

FOCO PELO TECLADO

QUERO CONVERSAR →

Contorno de 2 px em Areia, afastado 3 px. Sempre visível.

CARREGANDO

ABRINDO O WHATSAPP...

O rótulo diz o que está acontecendo. Sem ícone girando.

DESABILITADO

FALTA O SEU WHATSAPP

Só em formulário incompleto, e sempre com a frase do que falta.

CSS

```
.botao{display:inline-flex;align-items:center;justify-content:center;gap:12px;min-height:56px;padding:0 28px;border:0;border-radius:0;
 background:var(--tela);color:var(--sala);font:700 16px/1 var(--font-letreiro);font-variation-settings:"wdth" 106;text-transform:uppercase;letter-spacing:.06em;text-decoration:none;
 transition:background var(--t-micro) cubic-bezier(.2,0,0,1)}
.botao svg{width:20px;height:20px;stroke:var(--estacao-seta,var(--sala));stroke-width:2;stroke-linecap:square;fill:none}
.botao:hover{background:var(--branco)}.botao:active{background:var(--cal)}
.botao:focus-visible{outline:2px solid var(--areia);outline-offset:3px}
.modo-leitura .botao{background:var(--sala);color:var(--tela)}.modo-leitura .botao svg{stroke:var(--tela)}.modo-leitura .botao:focus-visible{outline-color:var(--sala)}
@media (max-width:430px){.botao{width:100%;min-height:52px;font-size:17px}}
```

ASSIM

QUERO CONVERSAR SOBRE MINHA TURMA →

Retângulo, verbo na primeira pessoa, até 5 palavras. A ação secundária é um link sublinhado ou um botão vazado com borda Fumaça.

ASSIM NÃO

SAIBA MAIS

Pílula colorida e rótulo genérico. A pílula só volta se vencer o teste A/B 10 [P 9].

34.5

Biblioteca de rótulos

Primeira pessoa, verbo, até cinco palavras. O rótulo é o mesmo no anúncio, no botão, na Barra Fixa e na mensagem pré-preenchida do WhatsApp.

RÓTULOS APROVADOS POR OFERTA

OFERTA	RÓTULO	ONDE
Start	QUERO CONVERSAR SOBRE MINHA TURMA	LP do Start, anúncios M1 e M2 do Start
Master	QUERO FALAR SOBRE O MASTER	LP do Master
Pro	AGENDAR MEU DIAGNÓSTICO	LP do Pro. O rótulo é só do Pro; o Master pode citar o diagnóstico técnico como primeira etapa do método, nunca como botão.

OFERTA	RÓTULO	ONDE
Aula experimental	`GARANTIR MINHA VAGA NA AULA`	LP da aula, Reels e anúncios de topo (M1)
The VOID Talks	`CONFIRMAR PRESENÇA` · ao vivo: `QUERO ASSISTIR`	Página do evento, convite M8
Proposta (M4)	`GARANTIR MINHA VAGA NA TURMA`	Proposta de uma página, WhatsApp
Membros (M6 e M7)	`REGISTRAR MEU PRIMEIRO TRAÇO` · `ENVIAR MEU TRABALHO`	Tela Hoje, Prática com Feedback

RÓTULOS PROIBIDOS

"SAIBA MAIS", "CLIQUE AQUI", "COMPRE AGORA", "LEARN MORE" e qualquer rótulo que prometa uma experiência não confirmada, como "sentir a máquina na mão" enquanto o roteiro da aula não estiver confirmado [P 16].

MICROCOPY SOB O BOTÃO

"Resposta de uma pessoa do time em até 2h, sem ligação invasiva." Só enquanto esse compromisso existir de verdade na operação. Sem compromisso medido, a microcopy diz só quem responde e por onde.

34.6

Barra de Turma e Barra Fixa

A única urgência permitida é a real: a Barra de Turma lê a data de início do calendário e desaparece quando ela passa. Teste abaixo com uma data simulada.

TURMA DE OUTUBRO · COMEÇA EM 28/10/2026 · INSCRIÇÕES ATÉ 27/10/2026

Data futura: a barra aparece. Data simulada, não é calendário real.

DATA DE INÍCIO SIMULADA (DIA, MÊS E ANO)

DIA	MÊS	ANO
28	outubro	2026

START · O ROTEIRO

Fundamentos, pele artificial, pele humana e mercado

THE VOID START

QUERO CONVERSAR →

Barra Fixa (LP17), numa tela de 390 px: 64 px de altura, Sala a 95% com fio superior de 1 px, Rótulo de Produto em texto com fio de 1 px à esquerda (abaixo de 96 px não existe selo) e o botão à direita, os dois com 44 px de altura e alinhados ao centro. A faixa de baixo é a área segura do aparelho. Em telas mais estreitas que 380 px, o texto do botão quebra em duas linhas e nunca é cortado. O rótulo do botão pode encurtar na barra desde que mantenha o verbo e o destino.

34.7

Testes A/B previstos

Um teste por vez, com hipótese, métrica principal e volume mínimo combinados antes de começar. A vitória se mede em matrícula e conversa qualificada, não em clique.

FILA DE TESTES, EM ORDEM DE PRIORIDADE

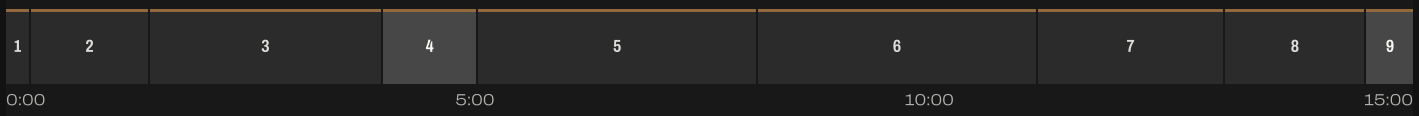
#	HIPÓTESE	VARIANTE A	VARIANTE B	MÉTRICA PRINCIPAL
1	O destino do CTA muda a qualidade do lead	Botão abre o WhatsApp direto	Formulário curto, depois WhatsApp	Matrícula por visitante
2	Hero emocional supera a racional no tráfego frio	Hero com o vazio	Hero com o resultado concreto e a turma	Conversão da página
3	Vídeo acima da dobra ajuda a vender o Start	VSL na hero	Hero estática, VSL mais abaixo	Conversa qualificada
4	Persona específica converte mais que genérica	LP Start única	LP Start Gabriel e LP Start Camila	Conversão e matrícula por segmento
5	Prova de iniciante supera prova de autoridade	Depoimentos de quem começou do zero	Professores e estrutura primeiro	Rolagem até a oferta e conversão
6	Investimento visível reduz conversa improdutiva	Investimento na página	"Fale com a equipe para condições"	Matrícula sobre conversas
7	A narrativa do Pro	"Do traço ao topo"	"A arte é sua. O plano é nosso."	Agendamento de diagnóstico
8	A capa do vídeo	Rosto com frase de transformação	Mãos em ação com frase de método	Taxa de clique da capa
9	Tamanho do formulário da aula	3 campos	3 campos e segunda etapa opcional	Inscrição e presença
10	O botão reto converte tanto quanto a pílula [P 9]	Letreiro Aceso, raio 0	Pílula atual	Clique no CTA e matrícula

Eventos padronizados em toda LP: ver o CTA, clicar no CTA, enviar formulário, abrir o WhatsApp e vídeo assistido a 25, 50, 75 e 100%. Toda LP grava a UTM, e a mensagem pré-preenchida do WhatsApp carrega a origem para ligar a matrícula à página e ao criativo.

34.8

VSL: o roteiro em 9 blocos

O roteiro segue os três atos do DNA (o vazio, o encontro, a metamorfose) e termina em um único pedido, falado e escrito. As durações abaixo são da VSL longa do Start e serão ajustadas com a curva de retenção.



OS 9 BLOCOS (VSL DO START, PROPOSTA A VALIDAR COM RETENÇÃO)

BLOCO	O QUE FAZ	ATÉ
1 · Gancho	Nomeia a crença falsa nos primeiros segundos. Sem vinheta antes.	0:15
2 · O vazio	O espectador se vê: o trabalho que não preenche.	1:30
3 · História	Uma história real e autorizada de aluno ou do fundador.	4:00
4 · Virada	"O que falta não é talento. É estrutura, método e comunidade."	5:00
5 · Método	Os três pilares e o Mapa da Trilha; os ritos.	8:00
6 · Prova	Depoimentos autorizados e números com Crédito de Prova na mesma tela.	11:00
7 · Oferta	O que inclui, formato, turma, investimento [P 15]. Sem promessa financeira.	13:00
8 · Objeções	Preço, talento, mercado e "vou pensar".	14:30
9 · CTA	Um pedido, dito e escrito, igual ao botão sob o player.	15:00

Durações por formato: Start de 12 a 18 min; Master de 8 a 12; Pro de 6 a 10; aula experimental de 60 a 120 s; cortes de 15, 30 e 60 s em 9:16 para anúncio. Montagem: planos de 2 a 4 s nos primeiros 30 s, de 4 a 8 s no miolo e um respiro a cada 90 a 120 s (som da máquina, silêncio e uma Cartela).

34.9

Capa, cartelas e quadro de fala

A capa é um painel Sala com uma frase curta e um rosto ou mãos à direita. As cinco cartelas são as únicas telas de texto da VSL; só a de Oferta é clara.

FOTO: ACERVO THE VOID

CAPA DA VSL, START · 1280 POR 720

FOTO: ACERVO THE VOID

QUADRO DE FALA: LOWER THIRD E LEGENDA · 1920 POR 1080

— CAPÍTULO 01 · O VAZIO

"NÃO TENHO TALENTO PARA ISSO."

CARTELA VAZIO · 1920 POR 1080

— CAPÍTULO 02 · O MÉTODO

TALENTO É CONSEQUÊNCIA DE *treino*.

CARTELA VIRADA · 1920 POR 1080

— CAPÍTULO 03 · QUEM JÁ FEZ

DADO EM VALIDAÇÃO

[O QUE MEDE] · [RECORTE] · [DATA] · [FONTE] · NÃO PUBLICAR

CARTELA PROVA · 1920 POR 1080

— CAPÍTULO 04 · A TURMA

UM ITEM DA OFERTA POR TELA

Formato, carga horária e investimento com total e parcelas [P 15].

CARTELA OFERTA (MODO LEITURA) · 1920 POR 1080

— CAPÍTULO 05 · COMO ENTRAR

QUERO CONVERSAR SOBRE MINHA TURMA

↓ O BOTÃO ESTÁ LOGO ABAIXO DO VÍDEO

CARTELA AÇÃO · 1920 POR 1080

ELEMENTOS DA VSL

ELEMENTO	REGRA
Capa	1280 por 720 (e 1080 por 1920, 1080 por 1350). Painel Sala com grão, logotipo de produto ou selo no alto, frase de 3 a 6 palavras com uma palavra no destaque do produto, rosto ou mãos nos dois terços da direita com véu, canto inferior direito livre para a duração. Nenhum valor em reais.
Abertura	Sem vinheta antes do gancho. Em VSL longa, depois do gancho, 1,2 s de abertura com a Esfera.
Legenda	Archivo 600, de 46 a 54 px no horizontal (60 a 68 px no vertical), 2 linhas no máximo, Tela sobre caixa Sala a 75% (7,39:1), uma palavra em Areia (4,66:1), base a 110 px da borda.
Lower third	Fio vertical de 2 px no grafismo do produto, nome em Archivo 600 largura 112 caixa alta 40 px, função na voz em off 34 px, de 3 a 4 s, a 120 px da lateral e 140 px da base. Sem selo.
Capítulos	"O vazio", "O método", "Quem já fez", "A turma", "Como entrar", no player e na página.
Fecho	1,5 a 2 s: Sala, Eco do VOID, logotipo branco, Créditos Finais e o zumbido da máquina de 0,8 s seguido de silêncio. Em produto, Campo de Produto com logotipo e selo.

ELEMENTO	REGRA
Página	Botão sob o player visível sem rolar no computador; transcrição completa no HTML.

Checklist da VSL antes de publicar

- Persona e crença falsa declaradas no roteiro; um CTA, falado e escrito, igual ao botão da página.
- Toda afirmação de resultado com fonte arquivada; nenhuma promessa de renda com número e prazo.
- Autorização de imagem de todo rosto que aparece, para a finalidade em que o vídeo vai rodar.
- Legenda revisada (ortografia e sincronia), arquivo `.srt` e transcrição na página.
- Trilha licenciada para anúncio; áudio em -14 LUFS integrados, pico em -1 dBTP.
- Cortes de 15, 30 e 60 s exportados em 9:16.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 2, 4.3, 6, 8, 11.2, 12.1 e 12.2); acervo fotográfico da The VOID, uso autorizado em 10/2026; diretrizes de conversão para LP e VSL, pesquisa GrowAI, out/2026; Brand DNA da The VOID, set/2026; Personas, set/2026; Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 57, 59 a 63).

35

CANAIS · CONVERSA

ONDE A MARCA *conversa*

Treze modelos de rede com a cadência de cada canal, cinco Cartões de Conversa, um e-mail à prova de modo escuro e oito tipos de slide: cada um com medidas fechadas, uma etapa da régua M1 a M8 e um único pedido.

EM UM MINUTO

- Feed em 1080 por 1350 com o miolo 3:4 protegido; story e Reels em 1080 por 1920 com conteúdo entre y = 270 e y = 1500.
- Logotipo uma vez por peça, no máximo três recursos, Campo de Produto em uma peça a cada seis, nunca duas Cartelas seguidas. Cadência proposta: 4 a 5 Reels e 2 carrosséis por semana.
- WhatsApp é conversa humana: uma ideia por mensagem, quem escreve se apresenta, nenhum emoji de M1 a M4.
- E-mail em tabela com fundo explícito, logotipo PNG de 200 px, corpo em Modo Leitura [P 2] e uma pessoa real assinando.

35.1

Formatos e áreas seguras

As medidas das plataformas mudam com frequência: confira na véspera de cada campanha. Em todas as peças abaixo, o botão "Áreas seguras" mostra as faixas da seção 26.

FORMATOS DE PRODUÇÃO

FORMATO	MEDIDA	ÁREA SEGURA E REGRA
Feed e carrossel	1080 por 1350	Título, rosto e CTA dentro do recorte 3:4 que o perfil mostra; margem de 72 u; até 10 cartões no carrossel educativo.
Story	1080 por 1920	Conteúdo entre y = 270 e y = 1500; área de figurinha entre y = 1200 e y = 1500.
Reels e capa de Reels	1080 por 1920	120 u livres à direita para os ícones; título da capa dentro do miolo 3:4.
Capas de destaque	1080 por 1920	Símbolo do selo em linha ou a Esfera sobre Sala, num círculo central: START, MASTER, PRO, AULA, TALKS, VOIDERS, LOCAL.
YouTube e capa de VSL	1280 por 720	Canto inferior direito livre (duração); frase no terço esquerdo.

FORMATO	MEDIDA	ÁREA SEGURA E REGRA
Prévia de link	1200 por 630	Sala, título da página e selo (ou logotipo no institucional). Toda página tem a sua.

35.2

Os 13 modelos de rede

Cada modelo está desenhado na escala da peça de 1080 e encolhe sem perder proporção. Os modelos de cena saem com fotografia real do acervo da The VOID, no regime da seção 29 (P&B Ritual por padrão, Terra só no depoimento) e com o Véu de Leitura sob todo texto; antes de cada campanha, confira se a autorização cobre aquele canal. Cartela, Roteiro, Campo de Produto, Prova e Turma Aberta não levam foto: é a alternância da L8.

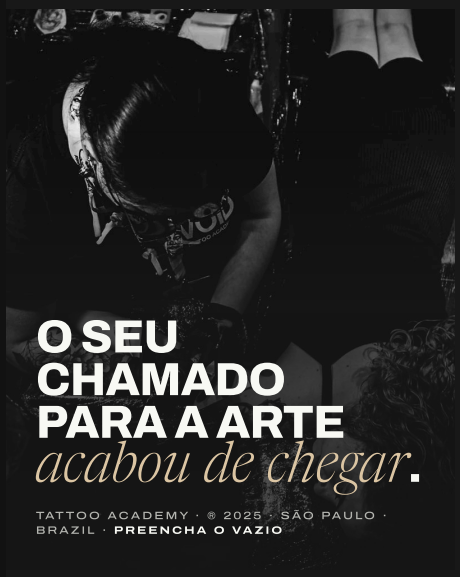


FOTO: ACERVO THE VOID

R1 · CARTAZ · M1 · 1080 POR 1350

R2 · CARTELA · M1 · 1080 POR 1350

FOTO: ACERVO THE VOID

R3 · CINEMASCOPE · M1 A M7 · 1080 POR 1350

FOTOS: ACERVO THE VOID

R4 · FOTOGRAMA TRIPLO · M1 E M2 · 1080 POR 1350

FOTO: ACERVO THE VOID

R5 · ANTES ERA · M2 · 1080 POR 1350

R6 · LETREIRO · INSTITUCIONAL · 1080 POR 1350

— 02 · A TÉCNICA

[TERMO TÉCNICO]

Definição de uma frase, validada pelo professor, que um iniciante entende de primeira.

POR [PROFESSOR] · THE VOID START

R7 · ROTEIRO, CARTÃO 02 · M1 E M2 · 1080 POR 1350

VOID TATTOO ACADEMY · MASTER

DESCUBRA A SUA *identidade* ARTÍSTICA.

THE VOID MASTER

R8 · CAMPO DE PRODUTO · M2 A M4 · 1080 POR 1350

CONVOCAÇÃO

A TODOS OS *Artistas do Brasil*

[DATA REAL] · [LOCAL REAL]

BRAZIL · THE VOID TATTOO · ® 2025 · SÃO PAULO · BRAZIL · THE VOID

FOTO: ACERVO THE VOID

R9 · CONVOCAÇÃO · PRÉ-M1 E M8 · 1080 POR 1350

FOTO: ACERVO THE VOID

R10 · BASTIDOR (STORY) · M1 A M7 · 1080 POR 1920

DADO EM VALIDAÇÃO

[O que o número mede]

[RECORTE] · [DATA] · [FONTE] · NÃO PUBLICAR

R11 · PROVA COM RÉGUA · M2 · 1080 POR 1350

VOID TATTOO ACADEMY · START

TURMA DE [MÊS] ABERTA

COMEÇA EM [DATA]
[DIAS] · [HORÁRIO]
RESTAM [N] DE [TOTAL] EM [DATA]

Responda TURMA

R12 · TURMA ABERTA (STORY) · M3 E M4 · 1080 POR 1920

FOTO: ACERVO THE VOID

R13 · MARCO DO ALUNO · M6 A M8 · 1080 POR 1350

R1 usa a frase dos posts verticais da Plataforma de Branding (slide 24); R2, a ideia central da página da aula experimental no site oficial; R13, a frase do rito Primeira Pele, sobre a cena de professor e aluna na mesma sessão, enquadramento do protocolo do rito (seção 29). Em R5, o gênero de "tatuador" ou "tatuadora" é o que a pessoa do depoimento escolher. R9 é peça de evento e por isso leva o Letreiro Corrido no pé (24.4): na imagem parada, ele mostra um quadro do letreiro, com uma volta inteira no centro e as pontas esmaecidas; em vídeo e na LP do evento, ele corre. As frases com colchetes só vão ao ar preenchidas com dado real. A cadência e a grade do feed estão em 35.6.

35.3

WhatsApp e Cartões de Conversa

No WhatsApp, a marca fala como gente. O cartão leva o dado (turma, endereço, marco); a mensagem leva a conversa.

Oi, vim pela página do Start e quero entender as próximas turmas.

Oi, {nome}. Aqui é {consultor}, da The VOID.

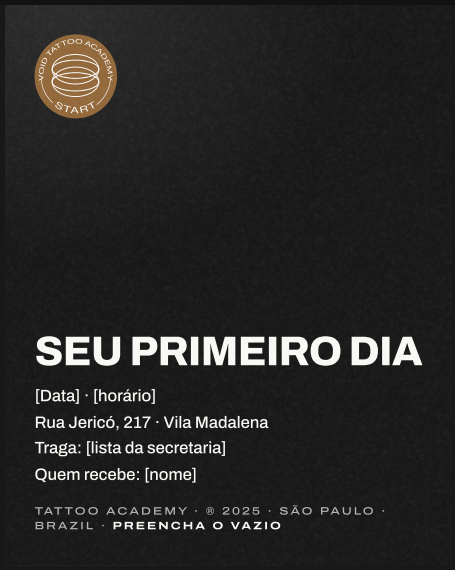
A próxima turma do Start começa em *[data]*, às *[horário]*. Quer que eu te mande como é o primeiro dia?

{consultor}, The VOID

Exemplo de estrutura. A primeira mensagem é a pré-preenchida da página e carrega a origem.

- Uma ideia por mensagem, "você" direto, contrações naturais, zero travessão e nada em caixa alta.
- Negrito (`*assim*`) só em data, hora e endereço. A pergunta ou o link vai sozinho na última linha.
- Quem escreve se apresenta pelo nome, sem artigo antes da variável ("Aqui é {consultor}, da The VOID."), e assina "{consultor}, The VOID". `{nome}` é sempre o nome de quem recebe.
- Emoji: nenhum de M1 a M4. De M6 a M8, no máximo um, no fim de mensagem de marco, nunca no lugar de palavra.
- Perfil com o avatar oficial e a descrição de uma linha (seção 36.3). O botão flutuante do site é um círculo Sala de 56 px com fio de 1 px em Tela; nunca o verde do aplicativo (seção 36.7).

CARTÃO DE TURMA · M3 E M4 · 1080 POR 1350



CARTÃO DO PRIMEIRO DIA · M5 · 1080 POR 1350

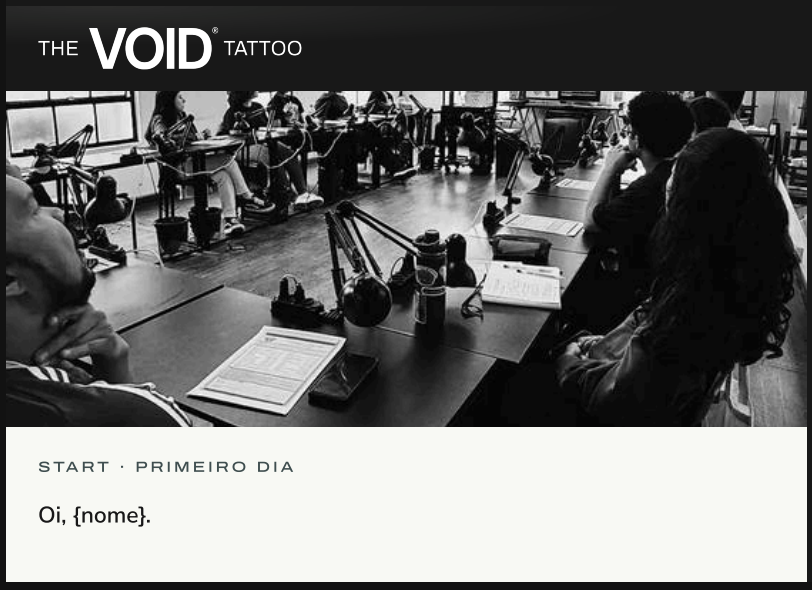
OS CINCO CARTÕES DE CONVERSA (1080 POR 1350, SALA, SELO, TÍTULO DE ATÉ 5 PALAVRAS, ATÉ 4 LINHAS DE DADO)

CARTÃO	ETAPA	O QUE LEVA
Cartão de Turma	M3 e M4	O mesmo dado da Barra de Turma: uma fonte de verdade para a página, o story e a conversa.
Cartão do Primeiro Dia	M5	Data, horário, endereço, o que levar e quem recebe.
Cartão de Marco	M6 e M7	O rito validado, enviado ao aluno com pedido de autorização antes de qualquer publicação.
Convite Talks	M8	Convidado, data e local reais; CTA "Confirmar presença".
Mapa da Trilha	M3	O produto indicado aceso: "é aqui que você entra".

35.4

A anatomia do e-mail

600 px, uma coluna, tabelas com fundo explícito e `color-scheme` claro, para que nenhum aplicativo inverta as cores. Abaixo, o e-mail de boas-vindas do primeiro dia (M5).



Seu lugar na turma de [mês] está confirmado. Aqui está tudo o que você precisa para o primeiro dia.

A aula começa em [data], às [horário], na Rua Jericó, 217, na Vila Madalena. O que levar: [lista da secretaria].

CONFIRMAR PRESENÇA NO PRIMEIRO DIA

[link de confirmação, o mesmo do botão]

Todo mundo começa com um traço.

{nome_remetente}
{cargo} | The VOID

TATTOO ACADEMY · ® 2025 · SÃO PAULO · BRAZIL · **PREENCHA O VAZIO**

The VOID Tattoo Academy · Rua Jericó, 217 · Vila Madalena · São Paulo, SP · 05435-040

Você recebe este e-mail porque se matriculou na formação Start. Descadastrar · Política de Privacidade

FOTO: ACERVO THE VOID

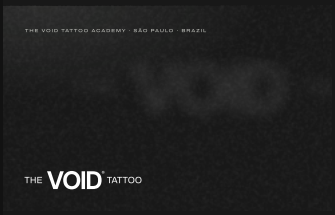
1. **Assunto** até 45 caracteres, pré-cabeçalho até 80. Exemplo: "{nome}, seu primeiro dia na The VOID" e "Data, horário, endereço e o que levar, numa mensagem só." Sem caixa alta inteira, sem travessão, sem emoji no lugar de palavra.
2. **Cabeçalho** Sala de até 64 px com Janela de Luz e o logotipo horizontal branco em PNG 2x de 200 px. Em e-mail de marco, o selo da formação no lugar do logotipo.
3. **Faixa Cinemascope** opcional logo abaixo do cabeçalho: foto real do acervo em 2,39 por 1, P&B, sem texto sobre ela, com texto alternativo. Em e-mail de M5, a sala onde a turma vai estar.
4. **Marcador de Estação** em texto logo abaixo do cabeçalho (ou da faixa).
5. **Corpo** em Modo Leitura: Tela, texto Sala 17 px, "Oi, {nome}.", uma ideia, até três parágrafos e no máximo uma prova com Crédito de Prova.
6. **Botão** reto, Sala com texto Tela, 48 px, Archivo com pilha de reserva; o mesmo link em texto logo abaixo.
7. **Última linha** na voz em off, que cai para Georgia itálico em quem não carrega a fonte. Nunca vira imagem.
8. **Assinatura** de pessoa real com cargo. Nunca "Equipe The VOID" sozinha, nunca "não responda".
9. **Rodapé** Sala com Créditos Finais, NAP, motivo do recebimento, descadastro e privacidade.
10. **Tagline** só na boas-vindas da matrícula (M5) e na Formatura com Pele.

[P 2] Corpo em Modo Leitura depende de aprovação. Enquanto não houver, o corpo sai em Sala com texto Cal; o botão acima mostra essa versão.

35.5

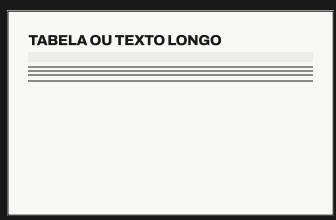
Deck: os oito tipos de slide

1440 por 900, 12 colunas, margem de 96 px, uma ideia por slide e notas do apresentador na tecla P. A sequência obedece a L8, e o Documento aparece no máximo a cada três slides.



CAPA · 1440 POR 900

CARTELA · 1440 POR 900



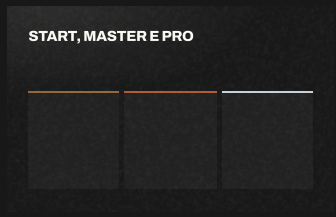
DOCUMENTO (MODO LEITURA) · 1440 POR 900

PROVA · 1440 POR 900

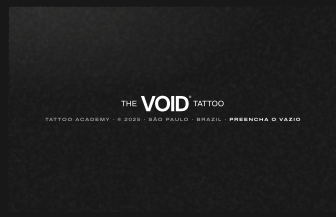
MAPA DA TRILHA · 1440 POR 900

FOTO: ACERVO THE VOID

FOTO CHEIA COM VÉU · 1440 POR 900



COMPARATIVO · 1440 POR 900



FECHO · 1440 POR 900

A proposta comercial de uma página (M4) usa o tipo Documento com o selo da formação escolhida. Os slides oficiais de cada projeto nascem do `deck-template.html`.

35.6

Mix editorial e cadência

Quanto publicar de cada pilar (seção 31.3), em que formato, para qual persona e em que canal. É uma proposta: os pesos orientam o mês, não são cota rígida, e se ajustam depois de três meses de dado real de alcance e de conversa.

PILAR, PERSONA E FORMATO (PROPOSTA)

PILAR	PESO NO MÊS	GABRIEL (START)	CAMILA (START A MASTER)	BRUNO (MASTER E PRO)	FOR
01 Transformação	30%	A primeira linha; aluno que veio do zero	Quem mudou de carreira aos 30 ou 40	Antes e depois de portfólio, fora de anúncio	Reels
02 Autoridade com afeto	20%	Mão guiando mão	Estrutura, segurança e método	Professores e crítica de portfólio	Carro
03 Comunidade	15%	Intervalo, brinde, turma	"Aqui não existem estranhos"	The VOID Talks, rede de mentores	Storie
04 Realidade do mercado	25%	"Por onde começar"	"É tarde para começar?"	Preço, posicionamento, agenda	YouTu
05 Arte como liberdade	10%	Estilo autoral	Autonomia	Marca pessoal	Feed

Num mês com cerca de 29 peças de feed, os pesos dão perto de 9 de Transformação, 7 de Realidade do mercado, 6 de Autoridade com afeto, 4 de Comunidade e 3 de Arte como liberdade. Realidade do

mercado fala de preço e de agenda sempre com Crédito de Prova e nunca promete renda (seção 33).

CADÊNCIA POR CANAL (PROPOSTA)

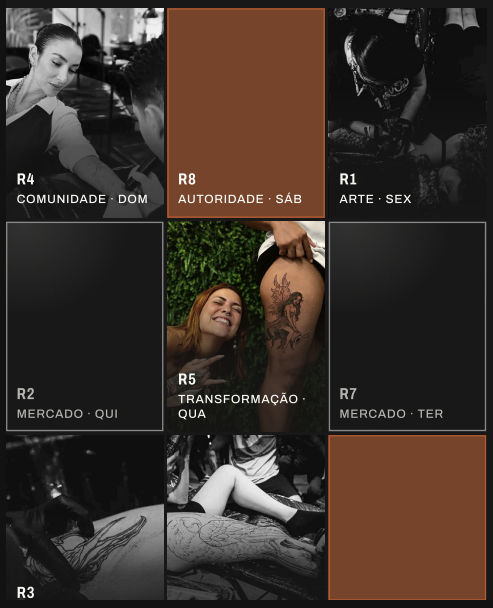
CANAL	FREQUÊNCIA	COMO SE DIVIDE
Instagram Reels	4 a 5 por semana	2 de processo, 1 de depoimento, 1 de mercado, 1 de comunidade.
Instagram carrossel	2 por semana	Educativo, para Camila e Bruno; até 10 cartões.
Instagram stories	Diário, de 4 a 8 quadros	Bastidor (R10), enquetes e caixa de perguntas. As perguntas recebidas viram pauta do guia (seção 36.8).
TikTok	4 a 5 por semana	O mesmo material do Reels, com texto e gancho próprios.
YouTube longo	1 a cada 2 semanas	Responde a uma pergunta do guia, com transcrição na página do site.
YouTube Shorts	3 por semana	Cortes dos vídeos longos.
LinkedIn	2 por semana	Transição de carreira (Camila) e institucional: escola e eventos.

Uma semana tipo no feed

SEMANA TIPO: CUMPRE A L8, NUNCA DUAS CARTELAS SEGUIDAS E UM CAMPO DE PRODUTO A CADA SEIS PEÇAS

DIA	FORMATO	MODELO	TELA	PILAR	PERSONA	ETAPA
Segunda	Reels de processo	R3 Cinemascope	CENA	Transformação	Gabriel	M1
Terça	Carrossel educativo	R7 Roteiro	CARTELA	Realidade do mercado	Camila	M1 e M2
Quarta	Reels de depoimento	R5 Antes Era	CENA	Transformação	Camila	M2
Quinta	Reels de mercado	R2 Cartela	CARTELA	Realidade do mercado	Gabriel	M1
Sexta	Reels de processo	R1 Cartaz	CENA	Arte como liberdade	Bruno	M1
Sábado	Carrossel de produto	R8 Campo de Produto	CAMPO	Autoridade com afeto	Bruno	M2 a M4
Domingo	Reels de comunidade	R4 Fotograma Triplo	CENA	Comunidade	Gabriel e Camila	M1 e M2

GRADE DO PERFIL, ÚLTIMAS 9 PEÇAS



- Antes de agendar a semana, confira na ordem de publicação: nenhuma sequência de três telas do mesmo tipo e nenhuma Cartela logo depois de outra.
- Campo de Produto: no máximo um a cada seis peças seguidas. Na grade acima, os dois campos estão sete posições distantes.
- Stories e anúncios não entram na conta do feed, mas seguem as mesmas regras dentro de cada sequência.
- Story de Turma Aberta (R12) só existe com turma real aberta, e com o mesmo dado da Barra de Turma.
- Toda peça declara pilar, persona e etapa antes de ir para produção. Sem isso, ela ainda não tem assunto.

TRANSFORMAÇÃO · SEG | R4 SEMANA ANTERIOR | R8 SEMANA ANTERIOR

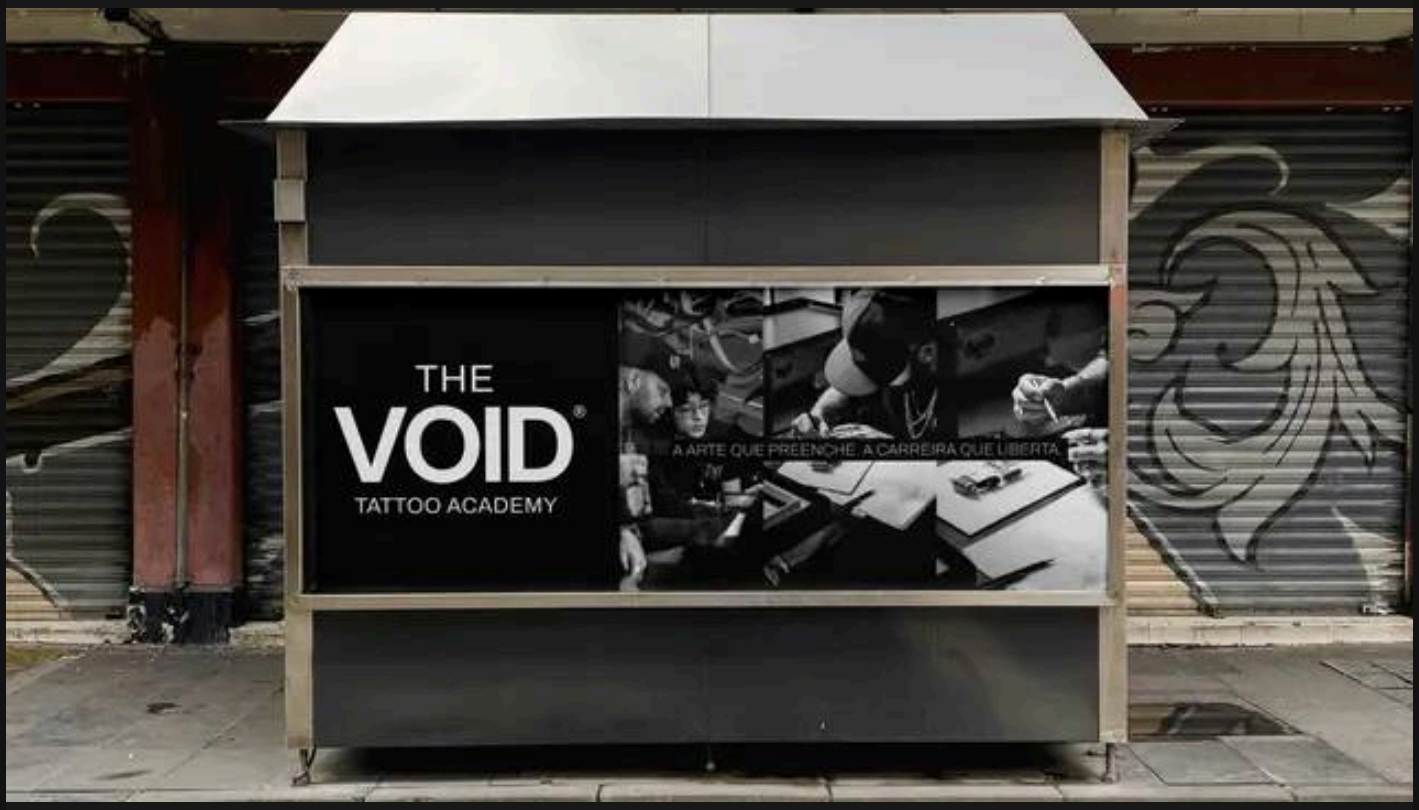
A grade mostra o recorte 3:4 do perfil, com as fotos do acervo usadas nas peças acima; só uma colorida (R5, regime Terra) entre as nove. CENA · CARTELA · CAMPO DE PRODUTO

35.7

Aplicações do rebranding

Onde a nova marca vive fora da tela: rua, produto, papelaria e campanha, como a agência desenhou na Plataforma de Branding. São referência de superfície e de escala. Quando um mockup diverge deste manual (foto de banco, grafia, oferta antiga), vale o manual, e a foto entra do acervo real da escola.

Rua e campanha



Banca envelopada

A banca inteira em Sala, com o logotipo e a campanha. É o outdoor da marca na escala do bairro.

Lateral da banca

Colagem de fotos de aula com o texto da campanha: o processo como cartaz.

Lambe-lambe

Repetição no muro, perto da escola e da convenção. Vale a regra de um título por cartaz.

Placa de rua

Campanha em mobiliário urbano, frase curta e logotipo.

Alerta: o cenário é ilustrativo e o QR code é fictício; não usar como foto de local real.

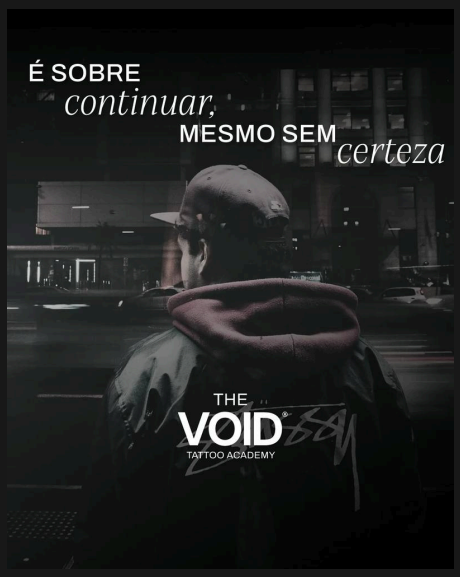
Banner da convenção

Convocação a todos os Artistas do Brasil, a frase da linha de convenção (seção 31.7).

Cartaz O seu chamado para a arte

A mesma frase do modelo R1, em cartaz impresso.

Alerta: o modelo parece banco de imagem; em produção, a foto sai do acervo da escola.



Cartaz É sobre continuar

Título de Filme sobre foto, com a palavra sensível.

Alerta: a foto parece banco de imagem; em produção, a foto sai do acervo da escola.

Produto, brinde e papelaria

Caixa do Kit Start

A embalagem que o aluno recebe na matrícula: o primeiro objeto da formação.

Ecobag

Logotipo em uma cor sobre o tecido cru, para o dia a dia de quem estuda.

Moletom

Peça da comunidade VOIDERS, com o logotipo no peito.

Boné

Logotipo bordado sobre preto. O boné da escola substitui o de marca de terceiro nas fotos.

Cartão de visita

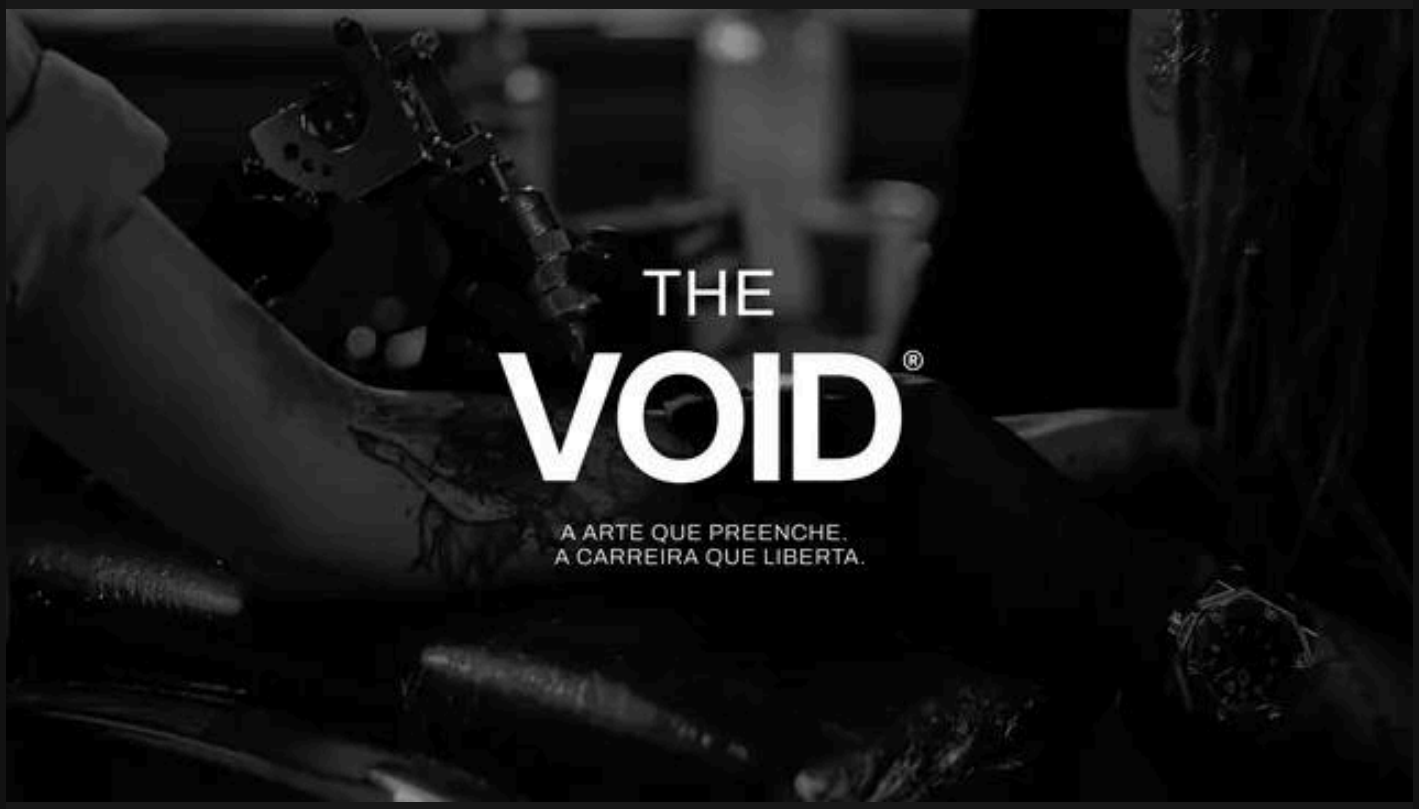
Frente e verso no sistema. Os dados pessoais estão borrados de propósito.

Alerta: nunca usar o slide original, que mostra telefone pessoal.

Business Playbook do Pro

As capas do material do programa Pro.

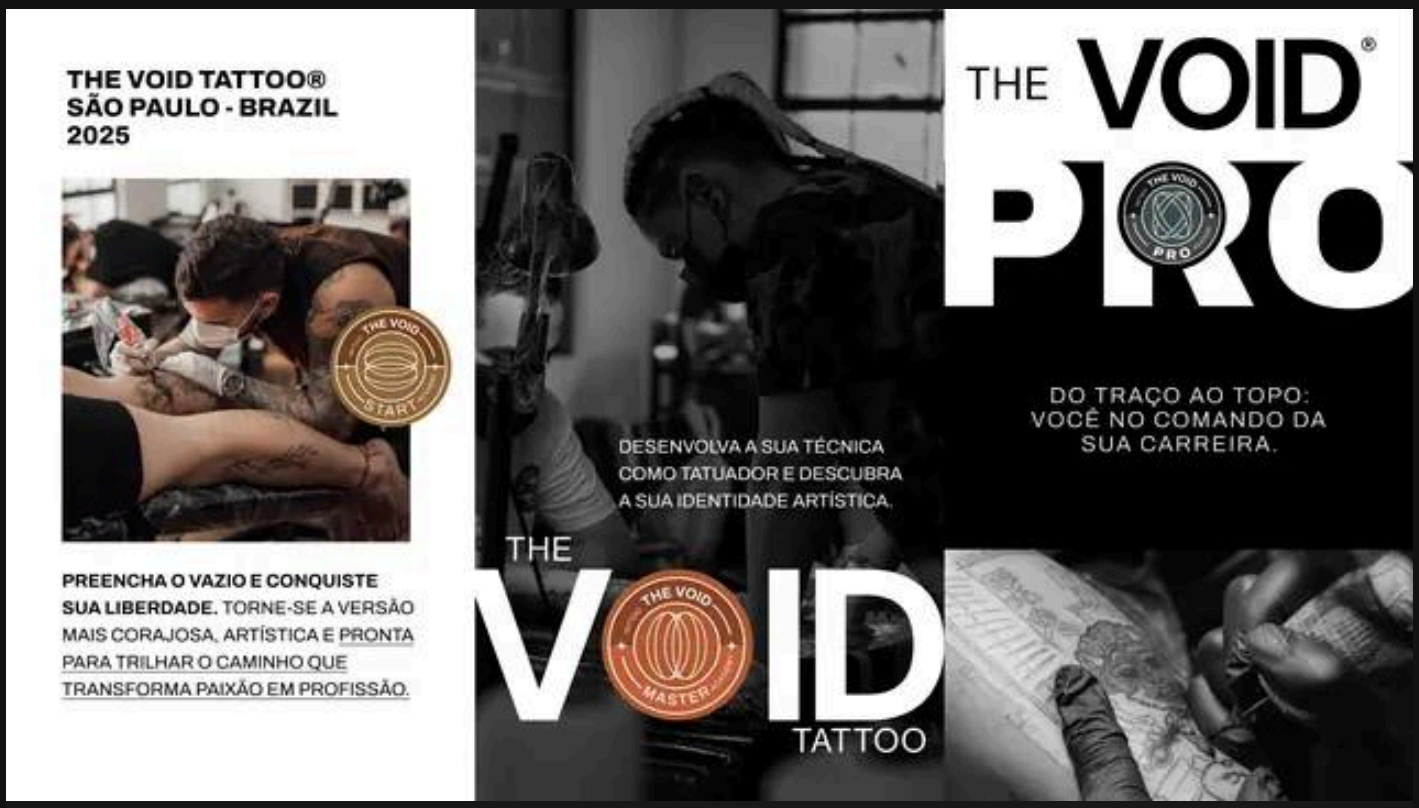
Alerta: a arte do mockup grafa o nome da escola sem o segundo T; corrigir para TATTOO antes de produzir.



Capa de apresentação

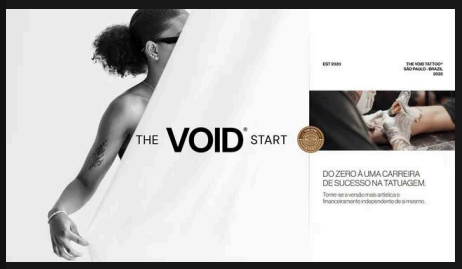
A máquina em ação com o logotipo: a capa que abre os decks da escola.

Key visuals e redes



Grade das três formações

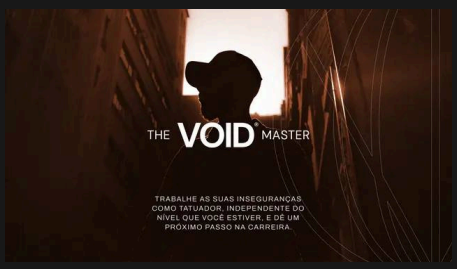
Start, Master e Pro lado a lado no feed, cada um com a sua cor de produto.



Key visual do Start

A campanha da formação de entrada.

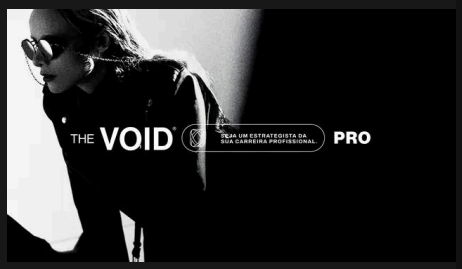
Alerta: modelo com aparência de banco de imagem: referência de layout.



Key visual do Master

A campanha de quem já tatua.

Alerta: foto com aparência de banco de imagem: referência de layout.



Key visual do Pro

A campanha do programa de carreira.

Alerta: modelo com aparência de banco de imagem: referência de layout.

APLICAÇÕES: PLATAFORMA DE BRANDING, AUREADESIGN, 2025, COM USO AUTORIZADO PELA THE VOID EM 10/2026

Antes de produzir qualquer peça desta galeria: troque toda foto de banco por foto do acervo real, confira grafia e dados de contato, retire oferta ou preço antigo e aplique as leis da seção 6. As aplicações mostram onde a marca aparece; as regras de cor, tipo e imagem continuam as deste manual.

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 6, 7.1, 8, 9.4, 12.3, 12.5, 12.6 e 12.8); acervo fotográfico e mockups do rebranding da The VOID, uso autorizado em 10/2026; direção de fotografia, vídeo e redes, pesquisa GrowAI, out/2026 (pilares por persona e frequência por canal, seções 3.3 e 3.4); régua M1 a M8 e área de membros, pesquisa GrowAI, out/2026; Plataforma de Branding, aureadesign, 2025 (slides 10, 21, 59 a 63); site oficial, consultado em 06/10/2026.

36

CANAIS · FECHAMENTO

DENTRO DA ESCOLA E *na busca*

A área de membros registra o que acontece no estúdio; o site, o artigo e os dados estruturados ensinam a busca a descrever a The VOID do mesmo jeito em todo lugar, e um painel mensal confere se isso funciona. A seção também reúne as decisões e o que ainda depende do cliente.

EM UM MINUTO

- A área de membros é o diário de bordo do estúdio, não um curso online: um próximo passo por vez e progresso só com validação do professor.
- O artigo tem cabeçalho de cinema e corpo de livro: pergunta no H1, Resposta Direta de 40 a 60 palavras, autor real e data.
- Nome, descrição de uma linha e NAP são copiados, nunca redigitados. O site é o único lugar com menu e se organiza por `/trilha/` e `/ritos/`; o guia nasce de seis pilares de pergunta real.
- As 22 pendências abaixo são decisões do cliente: nenhuma é resolvida por conta própria.

36.1

A área de membros

Campo Sala, com Modo Leitura por escolha do aluno. O tema segue a formação ativa; o ex-aluno navega como VOIDERS. A maquete usa uma conta de demonstração.

START · RITUAL DO TRAÇO

Seu próximo passo

Registre a foto do seu primeiro traço.

REGISTRAR MEU PRIMEIRO TRAÇO →

AULA DO DIA

[Nome da aula]

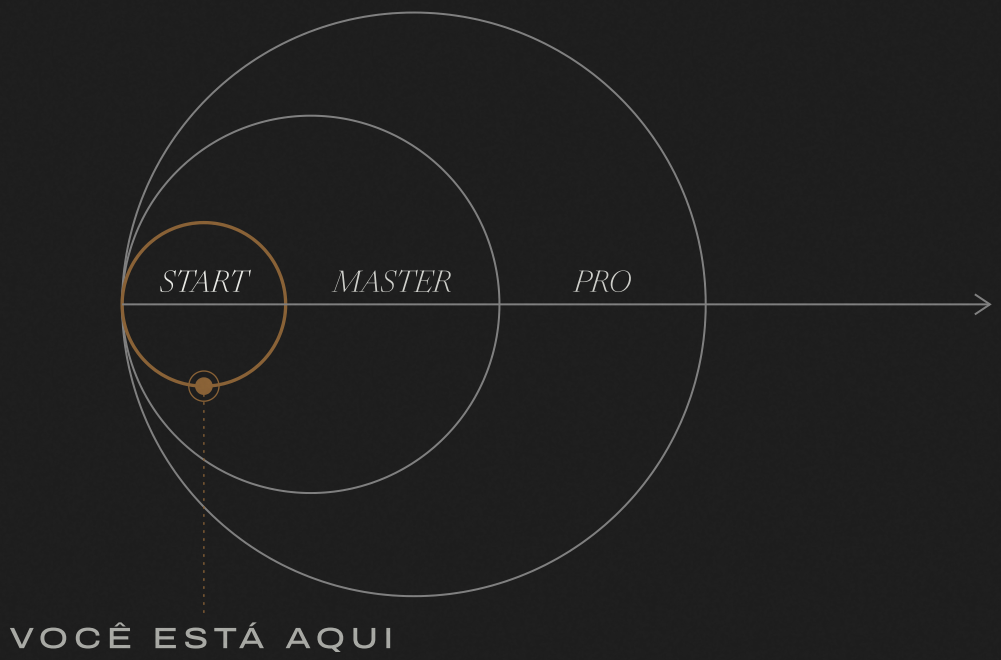
[duração] · prática

Não iniciada

ÚLTIMO FEEDBACK · [PROFESSOR]

Um ponto forte e um ajuste, sempre em par. Visível só para você.

MINHA TRILHA · CONTA DE DEMONSTRAÇÃO



TÉCNICA

4 de 9 práticas validadas

IDENTIDADE

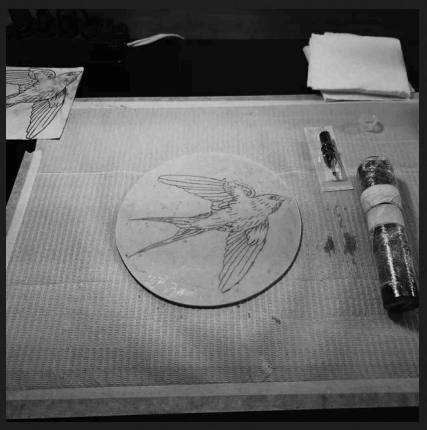
1 de 5 práticas validadas

EMPREENDEDOR

0 de 4 práticas validadas

MEU TRAÇO · FOTOGRAMAS

[DATA] · PROJETO



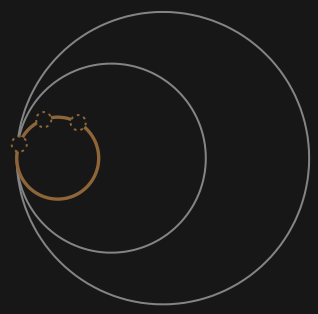
[DATA] · PRIMEIRO TRAÇO

[DATA] · PELE SINTÉTICA

Números e fotogramas da conta de demonstração, só para mostrar o formato (fotos: acervo The VOID, práticas em pele sintética). Assistir aula não enche nada: a barra avança quando o professor valida a prática.

Aqui ainda é vazio. Todo mundo começa com um traço.

REGISTRAR MEU PRIMEIRO TRAÇO



COMPONENTES DA ÁREA DE MEMBROS

COMPONENTE	ESPECIFICAÇÃO
Hoje	Janela de Luz, Marcador de Estação, um único próximo passo com botão, aula do dia em cartão Bastidor, último feedback com o nome do professor e o Anel pequeno à direita.
Minha Trilha	Mapa da Trilha com "você está aqui" e três barras (Técnica, Identidade, Empreendedor) sempre com texto. Avança só com validação.
Cartão de Aula	Raio 0, Bastidor, título, duração e tipo. Estados com ícone e palavra: não iniciada, em andamento, concluída, validada pelo professor.
Meu Traço	Linha do tempo de fotogramas datados; o primeiro é o do Ritual do Traço. A comparação entre o primeiro traço e o trabalho atual é só para o aluno.
Prática com Feedback	Foto do aluno e resposta do professor em par (um ponto forte, um ajuste), com Fio de Produto. Visível só para o aluno, salvo escolha dele.
Marcos	Cartão grande P&B com Revelação ao validar, nome do rito, frase na voz em off e data. Marco futuro com data real e contorno tracejado.
Comunidade VOIDERS	Publicações da turma e de ex-alunos, campo "o que você quer que olhem", sem contagem pública de curtidas, etiqueta "mentor" para ex-aluno mentor.
Agenda	Lista semanal, um botão "Confirmar presença" por item, lembrete na véspera.
Biblioteca e Suporte	Gravações dos Talks e glossário com transcrição; "Fala com a gente" com prazo e nome de quem responde.
Certificado de Passagem	Modo Leitura em A4: Mapa da Trilha com a formação cheia, trabalho final, selo, assinatura dos professores, frase de curso livre e código de turma (`START · OUT/26 · SEMANA`), nunca número sequencial de aluno [P 17].
Perfil	Dados, certificados e consentimentos de imagem editáveis; selos simples das formações concluídas, concedidos só na Formatura com Pele [P 17].

ESTADOS VAZIOS (ESFERA DE 96 A 160 PX, DUAS LINHAS, NO MÁXIMO UM BOTÃO)

ONDE	TEXTO	BOTÃO
Meu Traço	Aqui ainda é vazio. Todo mundo começa com um traço.	Registrar meu primeiro traço
Marcos antes do primeiro dia	Seu primeiro marco acontece em {data_turma}: o Ritual do Traço.	Ver como é o primeiro dia

ONDE	TEXTO	BOTÃO
Anel (formação nova)	Este círculo começa a se preencher no seu primeiro marco.	Ver os marcos do {produto}
Comunidade	Ninguém da turma publicou ainda. Abra o espaço: conte que estilo te trouxe até aqui.	Fazer a primeira publicação
Feedback	Seu professor ainda não recebeu um trabalho seu. Envie quando estiver pronto, não quando estiver perfeito.	Enviar um trabalho
Agenda	Semana sem aula marcada. Bom espaço para treinar: {pratica_sugerida}.	Abrir a prática
Certificado	Seu certificado chega com a sua Formatura com Pele.	Ver minha trilha
Notificações	Silêncio por aqui.	nenhum
Busca	Nada encontrado para "{termo}". Tente outra palavra ou pergunte para a equipe.	Falar com a equipe

ASSIM

Primeira Pele validada por [professor] em [data].
Seu progresso, contra você mesmo.

Marco validado por uma pessoa, com data. Progresso contra si mesmo.

ASSIM NÃO

VOCÊ SUBIU DE NÍVEL · +50 XP · 3º NO RANKING DA TURMA

Nível, XP, ranking, sequência que pune falta, pontos, moedas, medalha por vídeo assistido e contagem regressiva para concluir são proibidos.

36.2

O artigo SEO, GEO e AEO

Cabeçalho de cinema, corpo de livro. A maquete usa o exemplo "Preciso saber desenhar para ser tatuador?", ainda a validar com o time pedagógico.

FOTO: ACERVO THE VOID

THE VOID START

Preciso saber desenhar para ser tatuador?

Por {{autor: professor real}} · Atualizado em {{dd/mm/aaaa}}

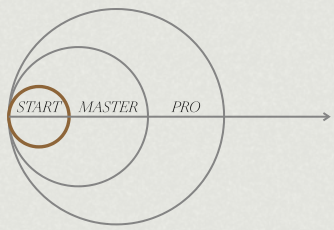
> Não. Desenhar e tatuar são habilidades diferentes: o desenho cria a arte, e a tatuagem é a técnica de passar essa arte para a pele com controle de máquina, agulha e profundidade. Na The VOID Tattoo Academy, a formação Start ensina do zero, inclusive o desenho necessário para tatuar.

Resposta Direta: 50 palavras, sujeito explícito, sem CTA. {{A_CONFIRMAR}} com o time pedagógico antes de publicar [P 15].

Quanto tempo leva para aprender a tatuar?

O corpo segue em Nunito Sans 18 px, coluna de 680 px. Todo termo técnico ganha uma definição de uma frase na primeira vez que aparece.

ONDE ISSO FICA NA TRILHA



Esse assunto é ensinado no The VOID Start, no pilar Técnica.

FORMATO	{{A_CONFIRMAR}} [P 15]
DURAÇÃO	{{A_CONFIRMAR}} [P 15]
TURMA	{{A_CONFIRMAR}} [P 15]
LOCAL	Rua Jericó, 217 · Vila Madalena · São Paulo, SP
PRÉ-REQUISITOS	{{A_CONFIRMAR}} [P 15]

Todo mundo começa com um traço.

QUERO CONVERSAR SOBRE MINHA TURMA →

AS 12 REGRAS EDITORIAIS PARA SER CITADO POR BUSCA E POR IA

REGRA	O QUE MANDA	NA PRÁTICA
E01	Resposta direta nas primeiras 40 a 60 palavras	Logo abaixo do título, com sujeito explícito.
E02	Um H2 por pergunta, escrito como pergunta real	"Quanto tempo leva para aprender a tatuar?", não "Tempo de aprendizado".
E03	Definição de uma frase para todo termo técnico	Validada por um professor antes de publicar.
E04	Todo número com fonte e data	Crédito de Prova junto do número.
E05	Tabela quando houver comparação, etapas ou números	Start, Master e Pro lado a lado.
E06	Autoria real, visível, com credencial	Nome, função, anos de tatuagem, estilo, link do professor.

REGRA	O QUE MANDA	NA PRÁTICA
E07	Data de publicação e de atualização visíveis	Revisão a cada 6 meses ou quando um fato mudar.
E08	Experiência própria acima de texto genérico	Fotos da escola e casos reais, com autorização.
E09	Nome completo da entidade em cada bloco importante	"No The VOID Start", não "no nosso curso".
E10	Honestidade como diferencial	Responder "depende" com critério e mostrar limites.
E11	Sem superlativo, sem promessa financeira, sem concorrente	Vale a lista de claims da seção 33.
E12	Texto real em HTML, nunca só em imagem ou vídeo	Número e lista também em texto; vídeo com transcrição.

Dados estruturados do artigo: `Article` com autor real, `about` apontando para a formação ou o rito e `isPartOf` para `/trilha/<produto>/`; `BreadcrumbList`; `FAQPage` com o mesmo texto do FAQ visível. A imagem de compartilhamento tem 1200 por 630, com a pergunta, o Marcador de Estação e o selo.

36.3

Entidade, NAP e arquitetura do site

Repetição idêntica é o que ensina a busca e os assistentes a descrever a The VOID do mesmo jeito. Estes trechos se copiam; nunca se redigitam.

Nome e descrição de uma linha

TEXTO

```
A The VOID Tattoo Academy é uma escola de tatuagem na Vila Madalena, em São Paulo, que forma tatuadores do primeiro traço à carreira profissional.
```

Nome legal e de dados estruturados: **The VOID Tattoo Academy**. Marca: The VOID. Coloquial, só em texto corrido: a Void. Nomes alternativos: The VOID Tattoo, The Void Tattoo Academy, Void Tattoo Academy, The VOID Escola de Tatuagem. Primeira menção sempre com "escola de tatuagem na Vila Madalena, em São Paulo", porque existem outros "Void" no Brasil e fora dele.

Bloco NAP canônico

NAP

```
The VOID Tattoo Academy
Rua Jericó, 217 · Vila Madalena · São Paulo, SP · 05435-040
+55 11 92481-8712
```

"Rua", nunca "R.". Um telefone principal, igual em rodapé, contato, JSON-LD, Perfil da Empresa no Google, redes, membros e e-mails. O telefone principal e o WhatsApp oficial por produto ainda dependem de confirmação [P 8]. O site que usa esta arquitetura está em 36.7; o mapa de pautas do guia, em 36.8; a medição de citação por IA, em 36.9.

Arquitetura: trilha e ritos

MAPA DO SITE

```
/                          a escola (institucional)
/sobre/                    história, manifesto, Método ARTE
/fatos/                    Ficha de Fatos com método de contagem e data
/trilha/                   o Mapa da Trilha: Start, Master e Pro comparados
/trilha/start/             formação Start (Course)
/trilha/master/            formação Master (Course)
/trilha/pro/               programa Pro (Course)
/aula-experimental/        Event recorrente
/talks/                    The VOID Talks (Event)
/ritos/                    os ritos da The VOID
/ritos/ritual-do-traco/  /ritos/primeira-pele/  /ritos/workshop-do-estilo/  /ritos/formatura-com-pele/
/professores/<nome>/       Person
/voiders/                  comunidade e histórias de ex-alunos (com autorização)
/guia/<pilar>/<pergunta>/  artigos, cada um marcado com o produto a que responde
/perguntas-frequentes/  /contato/  /seja-modelo/  /llms.txt
```

CADA ARTIGO DO GUIA RECEBE UM PRODUTO

PERGUNTA TÍPICA	PRODUTO	DEFINE
Como ser tatuador	Institucional	Marcador "Aula experimental" e o CTA da aula
Quanto tempo leva para aprender	Start	Marcador do Start, CTA do Start, link para `/trilha/start/`
Como criar estilo autoral	Master	Marcador do Master, CTA do Master, link para `/trilha/master/`
Como cobrar mais	Pro	Marcador do Pro, CTA do Pro, link para `/trilha/pro/`

Só os quatro ritos que existem nas fontes ganham página. As URLs atuais redirecionam com 301 (por exemplo, `/the-void-start-curso-de-tatuagem/` para `/trilha/start/`). Páginas de captura levam `noindex`; não há páginas por bairro. O domínio canônico é decisão do cliente [P 18].

Dados estruturados

TIPOS POR PÁGINA E MODELOS PRONTOS EM ASSETS/SEO/JSON-LD

ONDE	TIPO	MODELO
Todas as páginas	`EducationalOrganization` + `LocalBusiness`	`organizacao.json`
Formações	`Course` com `hasCourseInstance`	`curso-start.json`, `curso-master.json`, `curso-pro.json`
Aula, Talks e Convenção	`Event`	`evento-aula.json`, `evento-talks.json`
Perguntas	`FAQPage`	`faq.json`
Professores	`Person`	`pessoa-professor.json`
Vídeos	`VideoObject` com transcrição	`video.json`
Artigos	`Article` com `isPartOf`, `BreadcrumbList`	`artigo.json`, `breadcrumb.json`

JSON-LD

```
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": ["EducationalOrganization", "LocalBusiness"],
  "name": "The VOID Tattoo Academy",
  "alternateName": ["The VOID Tattoo", "The Void Tattoo Academy", "Void Tattoo Academy", "The VOID Escola de Tatuagem"],
```

```
  "description": "A The VOID Tattoo Academy é uma escola de tatuagem na Vila Madalena, em São Paulo, que forma tatuadores do
primeiro traço à carreira profissional.",
  "url": "{{A_CONFIRMAR}}",
  "foundingDate": "{{A_CONFIRMAR}}",
  "telephone": "+55 11 92481-8712",
  "address": {
    "@type": "PostalAddress",
    "streetAddress": "Rua Jericó, 217",
    "addressLocality": "São Paulo",
    "addressRegion": "SP",
    "postalCode": "05435-040",
    "addressCountry": "BR"
  },
  "sameAs": ["{{A_CONFIRMAR}}"]
}
```

O ano de fundação [P 5], o domínio [P 18] e os perfis oficiais ficam em `{{A_CONFIRMAR}}` até a validação. O `llms.txt` e o `robots.txt` modelo ficam em `assets/seo/`: os robôs de busca de IA ficam liberados; a liberação dos robôs de treino é decisão do cliente [P 19]. Afirmações de destaque só entram depois de publicadas na Ficha de Fatos com método de contagem e data (seção 33).

36.4

Decisões sobre os conflitos

As fontes do cliente e os três conceitos de direção divergiam em vários pontos. Esta é a decisão de cada um; o que depende do cliente leva o número da pendência.

CONFLITO E DECISÃO

CONFLITO	DECISÃO
Tipografia	Archivo e Alga canônicas; Playfair sai; corpo provisório em Nunito Sans [P 1].
Paleta antiga e do deck da agência	Fora do sistema (seção 13).
Tagline	Única, só em contexto de peso. "Do primeiro traço a uma carreira de sucesso" como apoio, sem crase.
Grafia	Sempre TATTOO; item do checklist.
Marrons	Areia, Caramelo, Couro, Café e os campos Start e Master, marcados como amostrados [P 4].
Superlativo, mercado e renda	Proibidos sem prova; L2 e Crédito de Prova.
Nome da marca	The VOID Tattoo Academy (dados e primeira menção), The VOID (marca), a Void (coloquial).
Personas	Gabriel, Camila e Bruno canônicas; Joana, Lucas, Rafael e Sylvia como subperfis; Sylvia cobre o Pro.
"Conteúdo gratuito"	"Aula experimental", "aula aberta", "material de estudo"; "gratuita" só como informação.
Escassez	Barra de Turma ligada ao calendário.
Inglês em copy	Copy pública em português; The VOID Talks e Business Playbook como nomes próprios.
"Próximo" ou "Próxima"	"Próxima", concordando com "a marca".
Ritos na jornada	Ritos em M6 e M7, Talks em M8; o quinto momento fica pendente [P 6].
Logotipo em cor	Só preto e branco oficiais; a cor mora no selo, no campo e no grafismo; o cinza só como Eco.

CONFLITO	DECISÃO
Qual preto	Sala `#181818` é o campo; Nanquim `#000000` fica no logotipo, no selo Pro e nas barras de vídeo.
Off-white como fundo	Modo Leitura com lugares, teto de 25% e paleta própria [P 2].
Fotografia em cor	Três regimes, no máximo uma imagem colorida em cada quatro.
Imagem gerada ou de banco	Proibida.
Inclusão como claim	Só com casos reais e programa existente; até lá, uso interno.
Botão reto ou pílula	Reto (Letreiro Aceso), com o teste A/B 10 [P 9].
Terracota de texto pequeno	Uma só: Terracota Luz `#DE8C66`.
Nomes de token	Nanquim, Sala, Couro e Café; "Breu" não é token.
Proporção dos círculos	1 : 2,3 : 3,6, medida no slide 30; raios 65, 150 e 232 tangentes em x = 250.
Órbitas do Pro	±32° da vertical, medido no vetor do selo simples.
Selo Pro sobre Sala	Completo sem disco; simples com disco Coxia.
Selo abaixo de 96 px	Não existe: Rótulo de Produto em texto ou favicon.
Letreiro em Contorno	Vetado: altera o logotipo.
Rodapé por produto	Vetado: rodapé literal único.
Estados em rosa e azul	Vetados; estados terrosos.
Teto de cor de 30%	Vetado; 5%, 12% e 8% conforme a peça.
"Estação" em público	Só em código; o Marcador mostra produto ou rito.
CTA "sentir a máquina na mão"	Vetado até confirmar o roteiro da aula [P 16].
Diagnóstico no Master	Como botão, vetado: `AGENDAR MEU DIAGNÓSTICO` é o rótulo do Pro. O Master pode citar o diagnóstico técnico como primeira etapa do método, como faz o site oficial.
Nome da formação Master	"Formação Master" em toda copy. "Especialização" fica fora até o parecer de advogado [P 20], porque no Brasil é o nome de uma pós-graduação regulada.
Ritos inventados e mural digitalizado	Fora do sistema público [P 6].
Alga em caixa alta	Proibida, com duas exceções nomeadas (Mapa da Trilha e Palavra de Produto).
Arquitetura do site	`/trilha/`, com 301 das URLs atuais.
Máscara CSS da Esfera	Vetada; SVG inline com filtro ou PNG pré-renderizado.
`var()` em atributo SVG	Vetado; cor por classe.
Eixos extras das fontes	Itálico do Archivo e eixos extras da Nunito Sans fora do link de fontes.

36.5

As 22 pendências com o cliente

Cada uma tem um padrão provisório no manual. Nenhuma é resolvida por conta própria: a resposta vem da The VOID (e, quando indicado, da aureadesign.co ou de advogado).

- [ ] **[P 1]** Corpo de texto: Nunito Sans (padrão provisório), Nunito clássica ou Archivo.
- [ ] **[P 2]** Aprovação do Modo Leitura como exceção ao "nunca fundo principal" (artigo, e-mail, oferta, impresso).
- [ ] **[P 3]** Licença da Alga para web, aplicativo e vídeo; até lá, Newsreader Italic 300 em todo material público.
- [ ] **[P 4]** Arquivo de tokens e instruções do design system do cliente; confirmação dos marrons e dos campos do slide 31.
- [ ] **[P 5]** Ano de fundação a confirmar com a The VOID; até lá, sem "EST", "desde" ou tempo de mercado em anos.
- [ ] **[P 6]** Quinto momento de marca; ritos propostos; existência e registro do mural do Ritual do Traço; frequência real dos Talks.
- [ ] **[P 7]** Existência de Kit Start, Kit Boas-Vindas, Business Playbook, Imersão Tatuagem com Liberdade, CAST e STUDIO; nome do desafio de prática.
- [ ] **[P 8]** Razão social, CNPJ, um telefone principal para todos os canais e WhatsApp oficial por produto.
- [ ] **[P 9]** Botão reto contra pílula, pelo resultado do teste A/B 10.
- [ ] **[P 10]** Arquivo aprovado do selo dentro do "O" do logotipo, se a composição for mantida.
- [ ] **[P 11]** Área de proteção e tamanhos mínimos (propostos a partir dos vetores) e uso das versões grafite e offwhite, com a The VOID e a aureadesign.co.
- [ ] **[P 12]** Favicon (O ou V), avatar e imagem de compartilhamento propostos.
- [ ] **[P 13]** Quadro atual de professores, currículos, anos de prática e autorização de uso de nome e imagem.
- [ ] **[P 14]** Manter a aula experimental com o logotipo Start (decisão atual) ou passar para o institucional.
- [ ] **[P 15]** Números e dados de oferta: alunos formados com método de contagem e data, avaliações, preços, parcelamento, carga horária, vagas por turma, calendário e garantia, se existir.
- [ ] **[P 16]** Roteiro e duração da aula experimental a confirmar com a The VOID.
- [ ] **[P 17]** Código de turma (produto, mês e ano, turno) e selos de formação concluída no perfil da área de membros.
- [ ] **[P 18]** Domínio canônico (raiz ou subdomínio de LP) e migração das URLs para a arquitetura por trilha.
- [ ] **[P 19]** Liberação dos robôs de treino de IA (os de busca ficam liberados).
- [ ] **[P 20]** Validação de advogado: frase de curso livre; qualquer menção a reconhecimento oficial de ensino, diploma, curso técnico, especialização ou parceria de certificação (fora da copy até o parecer); termo de imagem por finalidade, cessão da arte do aluno, cancelamento, menores, licença sanitária para procedimento em aula e regulamento de concursos.
- [ ] **[P 21]** Faixa etária das personas a confirmar com a The VOID.
- [ ] **[P 22]** Acervo de fotografia real e autorização de imagem; sessão de um dia pela lista de cenas da direção de fotografia.

36.6

O mapa do repositório

Tudo o que este manual decide existe também em arquivo. O README traz o estado de cada um e os comandos para regerar.

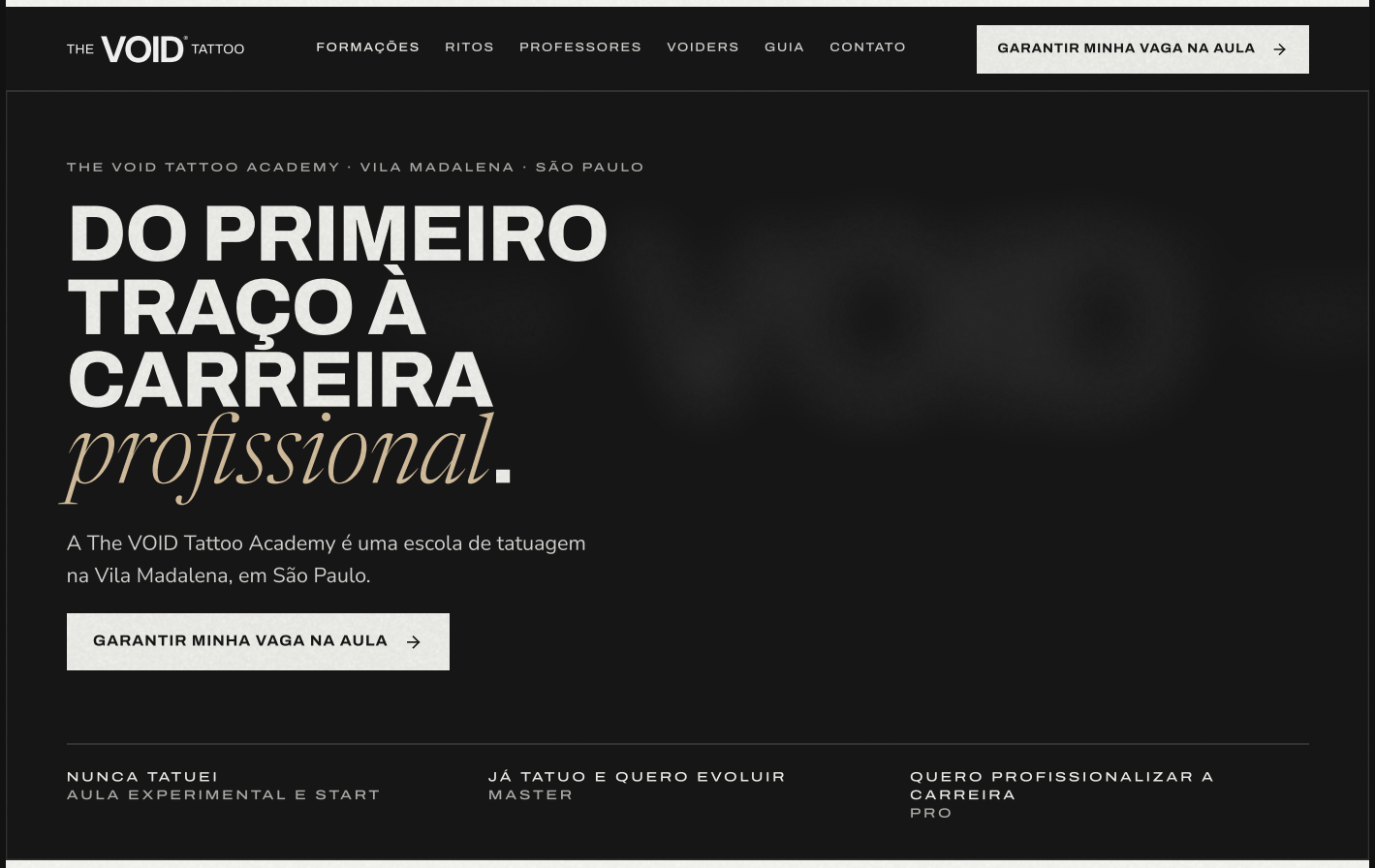
ARQUIVOS DO REPOSITÓRIO BRANDING-THE-VOID

ARQUIVO	O QUE É	ABRA QUANDO
`brand-book.html`	Este manual, 36 seções em 9 partes	Precisar decidir qualquer coisa
`tokens.css`, `tokens.json`	Cores, tipografia, espaço, forma e movimento	Construir página, peça ou componente
`vforms.js`, `vviz.js`	Motores das formas da casa e dos gráficos com régua de prova	Precisar da Esfera, do Mapa da Trilha, de um selo ou de um gráfico
`lockup.html`	Trechos prontos: logotipos, selos, assinaturas, NAP, frases-modelo	Precisar copiar um bloco exato
`kit-social.html`	Editor dos 13 modelos com exportação PNG	Produzir post, story ou Reels
`lp-template.html`, `vsl-kit.html`	LP parametrizada e peças da VSL	Montar página de venda ou vídeo
`membros-ui.html`	Componentes da área de membros	Configurar o portal do aluno
`comunicacao-m1-m8.html`	Matriz da régua e modelos de mensagem	Escrever WhatsApp, e-mail ou anúncio por etapa
`email-template.html`	E-mail em tabela, à prova de modo escuro	Montar um disparo
`artigo-template.html`	Artigo SEO, GEO e AEO com JSON-LD	Publicar no guia
`deck-template.html`	Apresentação 1440 por 900	Montar deck ou proposta
`guia-de-uso.html`	Pedidos prontos por público	Pedir uma peça a alguém (ou a uma IA)
`assets/`	Marca, texturas, LUTs de foto, kit de SEO e fontes	Precisar de um arquivo oficial
`SKILL.md`, `references/`	O sistema travado para agentes de IA: o essencial no `SKILL.md` e o detalhe em `references/`, no padrão aberto Agent Skills (Claude e ChatGPT/Codex)	Instalar a skill `branding-the-void`: pasta clonada no Claude Code ou no Codex, ZIP do Release no claude.ai e no ChatGPT

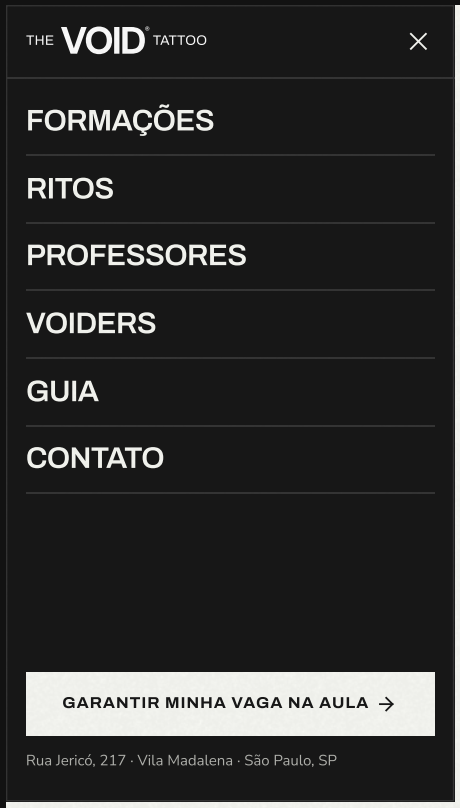
36.7

O site institucional

O site é o único lugar da marca com menu e o lugar onde a escola aparece inteira em fotografia: professores, comunidade e a sala da Vila Madalena, sempre com foto real do acervo. As LPs de campanha continuam sem saída (seção 34); a home e as páginas de trilha, ritos, professores, fatos e contato usam os componentes LP já descritos, mais cinco peças próprias do site.



HOME NO COMPUTADOR · INSTITUCIONAL · 1440 POR 900



MENU ABERTO NO CELULAR · 1080 POR 1920

PÁGINA 404 NO CELULAR · 1080 POR 1920

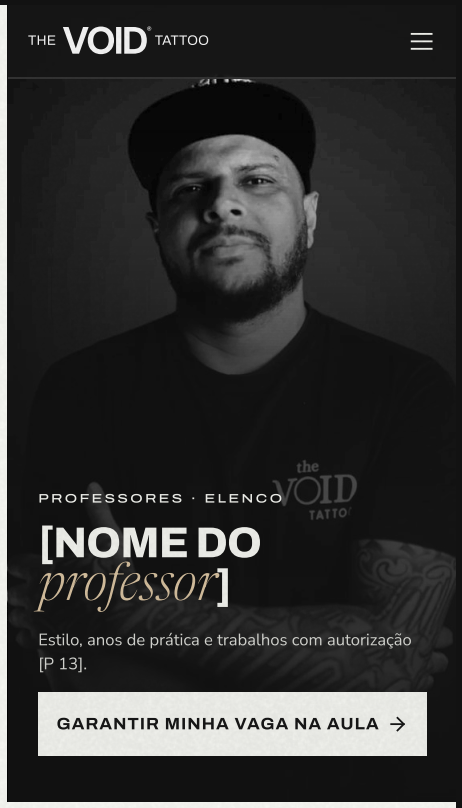


FOTO: ACERVO THE VOID

/PROFESSORES// NO CELULAR · 1080 POR 1920

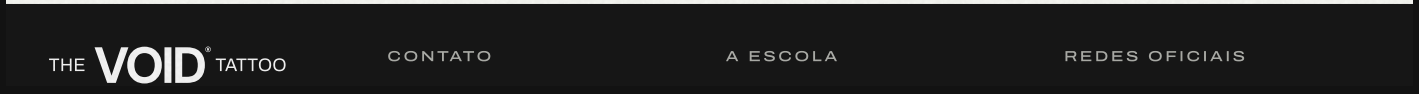
FOTO: ACERVO THE VOID

/VOIDERS/ NO CELULAR · 1080 POR 1920

FOTO: ACERVO THE VOID

/CONTATO/ NO CELULAR · 1080 POR 1920

Rodapé do Site e Botão Flutuante do WhatsApp



A The VOID Tattoo Academy é uma escola de tatuagem na Vila Madalena, em São Paulo, que forma tatuadores do primeiro traço à carreira profissional.

Rua Jericó, 217 · Vila Madalena
São Paulo, SP · 05435-040
+55 11 92481-8712

WhatsApp por produto: {{A_CONFIRMAR}} [P 8]

Sobre · Fatos · Professores
Perguntas frequentes · Seja modelo
Política de Privacidade

{{A_CONFIRMAR}}

TATTOO ACADEMY · ® 2025 · SÃO PAULO · BRAZIL · **PREENCHA O VAZIO**

[Razão social] · CNPJ [P 8] · Política de Privacidade

O botão flutuante aparece no canto, a 16 px da borda e acima da área segura do aparelho. Ele leva a mensagem pré-preenchida com a página de origem e some nas LPs cujo botão já abre o WhatsApp.

AS CINCO PEÇAS PRÓPRIAS DO SITE

PEÇA	TIPO	ESPECIFICAÇÃO
Cabeçalho do Site	interface	72 px no computador e 64 px no celular, Sala a 95% com fio inferior de 1 px. Logotipo horizontal branco com 158 px de largura ou mais, até 6 itens de menu em Crédito e um único botão com o rótulo da biblioteca para aquela página: na home e no institucional, o da aula experimental; em `/trilha/start/`, o do Start. Fica preso no topo ao rolar, sem sombra.
Menu no celular	interface	Ícone de três linhas com rótulo acessível "Abrir menu". Abre em tela cheia Sala em 240 ms; itens em Archivo 600 com alvo de 48 px ou mais; o botão em largura total no pé e o endereço em Pó. Fecha com o X ou com a tecla Esc e devolve o foco ao ícone.
Rodapé do Site	cartela	Logotipo, descrição de uma linha, NAP canônico, links institucionais, redes oficiais {{A_CONFIRMAR}}, Créditos Finais literais e rodapé legal com razão social e CNPJ [P 8].
Botão Flutuante do WhatsApp	interface	Círculo de 56 px, Sala com fio de 1 px em Tela e ícone de conversa em Tela, rótulo acessível "Conversar no WhatsApp". Nunca o verde do aplicativo, nunca junto da Barra Fixa, nunca nas LPs cujo botão já abre o WhatsApp.
Página 404	cartela	Esfera, uma frase, um botão para o início e três links (Formações, Guia, Contato). Sem humor que culpe quem chegou ali. Leva `noindex`.

A ordem da home

1. **Cabeçalho do Site** com o botão da aula experimental.
2. **Plano de Abertura** institucional (LP03): a frase da entidade, a descrição de uma linha e o botão. A home é um dos contextos da tagline (seção 31.9), uma vez na página.
3. **Caminhos por persona**: três cartões, "Nunca tatuei" (aula experimental e Start), "Já tatuo e quero evoluir" (Master) e "Quero profissionalizar a carreira" (Pro), cada um levando à sua página.
4. **Faixa de Manifesto** (LP21).
5. **Comparativo de Trilhas** (LP23) sem coluna acesa, com o Mapa da Trilha.
6. **Fotograma dos Rituais** (LP10), com link para `/ritos/`.
7. **Elenco** (LP11), com link para cada professor [P 13].
8. **Régua de Prova** (LP07), só com número validado; sem nenhum, a seção some.

9. **Rolo de Depoimentos** (LP06), com autorização e Aviso de Conformidade.
0. **Locação** (LP13) com o NAP canônico.
1. **Perguntas** (LP15), com o mesmo texto do `FAQPage`.
2. **Rodapé do Site**.

O QUE LEVA CADA PÁGINA DO SITE

PÁGINA	O QUE LEVA	DADOS ESTRUTURADOS
`/`	A ordem da home acima.	`EducationalOrganization` + `LocalBusiness`
`/trilha/`	Mapa da Trilha e Comparativo de Trilhas sem coluna acesa; cada coluna leva à página do seu produto.	`BreadcrumbList`
`/trilha/<produto>/`	A ordem da LP do produto (seção 34.3), com Cabeçalho e Rodapé do Site no lugar do Cabeçalho Mínimo e Barra de Turma só com data válida. Quando uma LP de campanha repete esta página, ela leva `noindex` e aponta a canônica para cá (depende do domínio [P 18]).	`Course` com `hasCourseInstance`
`/ritos/<rito>/`	Cena do rito no protocolo de fotografia, a frase do rito na voz em off, em que formação acontece e a página da formação. Só os quatro ritos das fontes.	`BreadcrumbList`
`/professores/<nome>/`	Retrato do Elenco, estilo, anos de prática, trabalhos com autorização e artigos que assina [P 13].	`Person`
`/fatos/`	Ficha de Fatos em Modo Leitura: cada número com método de contagem e data (seção 33).	`EducationalOrganization`
`/contato/`	Locação (LP13), NAP, mapa estático, como chegar e Formulário Curto (LP18).	`LocalBusiness`
`/seja-modelo/`	Como funciona a tatuagem supervisionada, o que a pessoa escolhe e consentimento; texto revisado por advogado [P 20].	`BreadcrumbList`
404	A Página 404 acima.	nenhum

- A L8 vale para a página inteira: nunca três telas do mesmo tipo seguidas.
- Modo Leitura só em `/fatos/`, nos artigos do guia e na Ficha da Formação; nas demais páginas, dentro do teto de 25% da altura.
- Um botão principal por página, com o rótulo da biblioteca (seção 34.5). Os links do menu e dos cartões são navegação, não um segundo pedido.
- O Eco do VOID só entra no cabeçalho da home em telas de 600 px ou mais; no celular, o campo fica limpo.

36.8

Mapa do guia

O que escrever primeiro e como nomear cada página. São seis pilares de pergunta real, cada um ligado a uma persona, a uma etapa e a um produto. As perguntas são de partida: o time pedagógico valida as respostas, e o volume de busca se confere no Planejador de Palavras-chave do Google e, depois, no Search Console.

OS SEIS PILARES DO GUIA (PROPOSTA)

PILAR E ENDEREÇO	PERSONA E ETAPA	PRODUTO DO CTA	PERGUNTAS DE PARTIDA	PRIMEIRO ARTIGO

PILAR E ENDEREÇO	PERSONA E ETAPA	PRODUTO DO CTA	PERGUNTAS DE PARTIDA	PRIMEIRO ARTIGO
1 · Como ser tatuador `/guia/como-ser-tatuador/`	Gabriel e Camila · M1 e M2	Aula experimental e Start	Como virar tatuador do zero? · Precisa saber desenhar para ser tatuador? · Quanto tempo leva para aprender a tatuar? · É tarde para começar com 30, 35 ou 40 anos? · Dá para aprender a tatuar sozinho?	Precisa saber desenhar para ser tatuador? (maquete em 36.2)
2 · A profissão `/guia/profissao-tatuador/`	Todas · M1 a M3	Institucional	Precisa de certificado ou registro para ser tatuador? · O que é biossegurança na tatuagem? · Como montar uma bancada de tatuagem? · Quanto ganha um tatuador? (faixa com fonte e data, nunca promessa)	O que é biossegurança na tatuagem?
3 · Técnicas `/guia/tecnicas/`	Gabriel · M1, M6 e M7	Start	O que é fineline, boldline, pontilhismo ou rastelado? · Qual a diferença entre agulha liner e magnum? · Máquina rotativa ou de bobina para começar?	Qual a diferença entre agulha liner e magnum?
4 · Estilos `/guia/estilos/`	Bruno e alunos do Start · M1, M7 e M8	Master	Quais são os estilos de tatuagem? · Qual estilo é mais fácil para começar? · Como fazer cobertura de tatuagem? · Como encontrar meu estilo autoral?	Quais são os estilos de tatuagem?
5 · Carreira e negócio `/guia/carreira-e-negocio/`	Bruno · M1 do Pro, M7 e M8 do Start	Pro	Como precificar tatuagem? · Como conseguir os primeiros clientes? · Como montar portfólio de tatuador? · Como usar o Instagram sendo tatuador?	Como montar portfólio de tatuador?
6 · Como escolher uma escola `/guia/como-escolher-escola/`	Camila e Gabriel · M2 a M4	Start e a página `/fatos/`	Qual escola de tatuagem escolher em São Paulo? · O que perguntar antes de fazer um curso de tatuagem? · Curso de tatuagem tem certificado? (resposta só depois do parecer [P 20]) · A The VOID vale a pena?	O que perguntar antes de fazer um curso de tatuagem?

Ordem de produção proposta: o primeiro artigo de cada pilar, um por semana, junto com um vídeo curto que responde à mesma pergunta. No pilar 6, a busca real costuma trazer superlativo; a resposta usa critérios verificáveis (prática em pele humana supervisionada, tamanho de turma, biossegurança, professores com portfólio público) e nunca repete o superlativo nem cita outra escola. As perguntas que chegam na caixa de stories e no WhatsApp entram nesta lista.

Título da página e descrição para busca

REGRA DO `TITLE` E DA `META DESCRIPTION`

CAMPO	REGRA	EXEMPLO
Título da página (`title`)	A pergunta ou o nome da página, depois " | The VOID Tattoo Academy", em até cerca de 60 caracteres. Se passar, o fim vira " | The VOID". Cada página tem o seu; o título e o H1 dizem a mesma coisa.	The VOID Tattoo Academy | Escola de tatuagem em São Paulo Precisa saber desenhar para ser tatuador? | The VOID

CAMPO	REGRA	EXEMPLO
Descrição para busca (`meta description`)	A Resposta Direta resumida em até cerca de 155 caracteres: sujeito explícito, nome da entidade quando couber e o local nas páginas da escola e dos produtos. Sem claim vetado, sem caixa alta, sem emoji e sem travessão. Nunca repetida entre páginas.	Não. Desenhar e tatuar são habilidades diferentes. Na The VOID Tattoo Academy, a formação Start ensina do zero, inclusive o desenho para tatuar.
Home	A descrição de uma linha, literal.	A The VOID Tattoo Academy é uma escola de tatuagem na Vila Madalena, em São Paulo, que forma tatuadores do primeiro traço à carreira profissional.
Prévia de compartilhamento	O título sem o fim " | The VOID" e a imagem de 1200 por 630 da seção 35.1.	Precisa saber desenhar para ser tatuador?

36.9

Ser citado e medir

Entidade, NAP e dados estruturados só valem se alguém conferir o resultado. Um painel mensal mostra se os assistentes de IA citam a The VOID e se descrevem a escola do jeito certo; o Perfil da Empresa no Google, os diretórios e a presença em sites de terceiros mantêm os sinais fora do site.

Painel mensal de 30 perguntas

GRUPOS DE PERGUNTAS (AS MESMAS TODO MÊS, AJUSTADAS COM A THE VOID)

GRUPO	QUANTAS	PERGUNTAS DE EXEMPLO
Categoria local	10	Onde fazer curso de tatuagem presencial em SP? · Curso de tatuagem para iniciante na zona oeste de São Paulo · Escola de tatuagem perto do metrô Vila Madalena
Persona Gabriel	5	Como virar tatuador sem saber desenhar? · Vale a pena fazer curso de tatuagem?
Persona Camila	5	É tarde para virar tatuadora aos 35? · Curso de tatuagem para adulto que quer mudar de carreira em SP
Persona Bruno	5	Curso de marketing para tatuador · Como cobrar mais caro pela tatuagem?
Marca	5	O que é a The VOID Tattoo Academy? · A The VOID é uma boa escola? · Quanto custa o The VOID Start? · Onde fica a The VOID?

Onde rodar: ChatGPT com busca, Gemini, Google AI Mode e AI Overviews, Perplexity, Claude com busca e Copilot, em sessão sem histórico e com localização em São Paulo quando possível.

O QUE REGISTRAR EM CADA RESPOSTA

MÉTRICA	COMO MEDIR
Menção	A The VOID aparece? Sim ou não.
Posição	Em que ordem aparece entre as escolas citadas.
Citação com link	A resposta leva a uma página da The VOID? Qual?
Precisão	Endereço, formações e números estão certos? Cada erro vira tarefa de correção na fonte que o assistente usou.
Enquadramento	Como o assistente descreve a escola, comparado com a descrição de uma linha.

MÉTRICA	COMO MEDIR
Fontes de terceiros	Quais sites o assistente usou: é o mapa de onde a The VOID precisa estar.

Os nomes de outras escolas que aparecem nas respostas ficam só na planilha interna do painel, nunca em material público.

FONTES OFICIAIS DE DADO

- **Google Search Console:** o tráfego vindo dos resumos e do modo de IA do Google entra no relatório de desempenho da web.
- **Bing Webmaster Tools:** relatório de desempenho em IA, com citações no Copilot e as páginas citadas.
- **Google Analytics 4:** um grupo de canal "Assistentes de IA" com as origens `chatgpt.com`, `perplexity.ai`, `gemini.google.com`, `copilot.microsoft.com` e `claude.ai`.
- **CRM:** no formulário e na primeira conversa de WhatsApp, a pergunta "Como você conheceu a The VOID?" com a opção "Perguntei para uma IA (ChatGPT, Gemini etc.)". É o único jeito de medir quem chegou por recomendação sem clicar em link.
- **Perfil da Empresa no Google:** buscas, ligações, rotas e cliques no site, mês a mês.

ROTINA

- **Semanal:** turmas e eventos atualizados na página, no JSON-LD e no Perfil da Empresa no Google.
- **Mensal:** painel de 30 perguntas, avaliações respondidas e um ou dois conteúdos novos por pilar.
- **Trimestral:** NAP conferido em todos os diretórios, Ficha de Fatos revisada e relatório comparativo.
- **Semestral:** revisão de todos os artigos do guia, com a data de atualização.

Perfil da Empresa no Google

- ☐ Confirmar se o perfil existe, quem é o dono e se está verificado {{A_CONFIRMAR}}.
- ☐ Nome exatamente "The VOID Tattoo Academy", sem palavras extras no nome.
- ☐ Categoria principal: a mais próxima de "escola de tatuagem" na lista do painel; categorias secundárias só se forem verdadeiras.
- ☐ NAP canônico (36.3), horário real e horários especiais em feriados.
- ☐ Descrição: a descrição oficial da entidade, sem afirmação de destaque que não esteja na Ficha de Fatos.
- ☐ Produtos: Start, Master, Pro e aula experimental, cada um com descrição curta e link para a sua página.
- ☐ Fotos reais e autorizadas: fachada, recepção, salas, bancadas, aula em andamento e professores; dez ou mais no começo e novas todo mês.
- ☐ Publicações com data: próximas turmas, The VOID Talks e aula experimental.
- ☐ Perguntas e respostas semeadas com as perguntas do pilar 6, respondidas pela conta oficial.
- ☐ Avaliações pedidas depois de marcos reais, sem incentivo; todas respondidas em até 72 horas, inclusive as negativas, na voz da marca.

DIRETÓRIOS COM O MESMO NAP

Apple Business Connect (Apple Maps), Bing Places, Foursquare, Yelp, Waze e a página de empresa no LinkedIn.

PRESENÇA EM SITES DE TERCEIROS

1. Pauta de imprensa local com dado próprio já publicado em `/fatos/`.

Mudou endereço ou telefone: primeiro o Perfil da Empresa no Google e o site, no mesmo dia; depois os diretórios.

2. Guias e listas de São Paulo que já aparecem para buscas de tatuagem.
3. Professores e convidados dos Talks citando a escola pelo nome completo nos próprios perfis.
4. Participação honesta em comunidades e fóruns, sempre identificada como da The VOID.
5. Ex-alunos com "Formado pela The VOID Tattoo Academy" na bio, com link (ação de M8).

FONTES DESTA SEÇÃO

Especificação do sistema Sala Escura, 06/10/2026 (seções 6.2, 6.3, 12.4, 12.6, 12.7, 13, 16 e 17); playbook de SEO, GEO e AEO, pesquisa GrowAI, out/2026 (pilares e perguntas, seção 3.2; Perfil da Empresa e presença de terceiros, 6.2; medição, 7.1 a 7.4); diretrizes de conversão para LP e VSL, pesquisa GrowAI, out/2026 (comparativo de trilhas, 4.6); régua M1 a M8 e área de membros, pesquisa GrowAI, out/2026; plano de construção do manual, 06/10/2026; site oficial, consultado em 06/10/2026.

O VAZIO É UM *chamado*.

TATTOO ACADEMY · ® 2025 · SÃO PAULO · BRAZIL · **PREENCHA O VAZIO**

Manual de marca da The VOID Tattoo Academy · versão 1 · 06/10/2026 · proposta em aprovação com a The VOID.