

Linha editorial.

Tudo que rege o que o Veredas do Araguaia diz, escreve e mostra.

Posicionamento, voz, léxico, as regras que não se negociam, identidade visual medida, linhas de conteúdo, calendário, estrutura de copy, regras por canal, regras de imagem, os erros já cometidos e o checklist que impede repeti-los.

VERSÃO 1.0 06/08/2026 @CONDOMINIOVEREDASDOARAGUAIA VEREDASDOARAGUAIA.COM.BR

WHATSAPP (62) 98323-8200

01 Como usar este documento

Referência única para qualquer pessoa que produza alguma coisa em nome do Veredas: post, anúncio, legenda, peça impressa, site, roteiro, e-mail, placa ou resposta de WhatsApp.

ORDEM DE PRECEDÊNCIA QUANDO DUAS FONTES DISCORDAM

- Este documento
- O HUB do Obsidian, que é a fonte de verdade operacional
- Medição direta no arquivo oficial, para paleta, proporção e tipografia
- Documento avulso mais recente

Quando a divergência for de **fato do produto**, nenhuma dessas ordens vale. Para, confirma com a incorporação e só depois publica.

DIVERGÊNCIAS ABERTAS HOJE, E O QUE FAZER COM CADA UMA

A paleta do HUB está desatualizada

A seção 2 do HUB registra navy **#14323F** e verde oliva **#8A975A**. A medição do lockup oficial devolve navy **#003D52** e verdes de mata (**#1F570C**, **#236A0C**). A hipótese mais provável é que a seção 2 descreve o emblema anterior, o de arco fechado, substituído em 03/08/2026 pelo de arco aberto.

O QUE FAZER

Adotar a paleta medida. Corrigir a seção 2 do HUB para não deixar duas verdades circulando. Qualquer peça feita com **#14323F** precisa ser refeita antes de reimprimir.

Três documentos com três golds diferentes

Circulam **#E49A2C** (HUB), **#E0A944** (estudo Versalhes) e **#E8A33D** (memória de assets). Nenhum bate exatamente com a medição, porque o sol do emblema é um gradiente de **#E58203** a **#FFC93D** e cada um pegou um ponto diferente dele.

O QUE FAZER

Usar **#E58203** como âmbar sólido de acento e **#FFC93D** só em detalhe. Não tentar reproduzir o gradiente em tipografia: em texto, gradiente perde legibilidade.

O prazo do saldo não está confirmado

A campanha foi construída para 240 meses, mudou para 180, e existe referência solta a 24 parcelas. Nenhuma das três está confirmada por escrito pela incorporação.

O QUE FAZER

Nenhuma peça cita quantidade de parcelas ou de meses até a confirmação chegar. Fala-se em saldo direto com o loteador, sem banco. Isso não é limitação: é o que impede a peça de virar informação errada na rua.

O número de lotes vazou para a concorrência

A peça "14 famílias já compraram, restam 59 lotes" foi citada textualmente num relatório de inteligência de concorrente. Número absoluto de estoque entrega, junto, a velocidade de venda: 14 em mais de um ano é lento, e qualquer pessoa faz essa conta.

O QUE FAZER

Escassez passa a ser comunicada por etapa e por posição, nunca por contagem. O total de 73 lotes pode ser dito em conversa individual, nunca em peça pública.

02 O produto, medido

Tudo desta tabela pode ser dito sem confirmar com ninguém. O que não está aqui, confirma antes.

O que é	Condomínio fechado de lotes, com acesso controlado, dentro da cidade de Aruanã, Goiás.
Lotes	73 no total, com área média de cerca de 1.000 m ² , distribuídos em quadras A a E.
Entregue hoje	Pórtico construído, vias abertas e infraestrutura urbanizada implantada.
Registro	Matrícula 10.884, Cartório de Registro de Imóveis de Aruanã, Lei 6.766/79.
Empresa	Veredas do Araguaia SPE Ltda, CNPJ 39.927.834/0001-82. Incorporação Bio Life Incorp.

Fly-in	O aeroporto de Aruanã fica ao lado do condomínio.
Água	Vizinho do Rio Araguaia. A água interna é o lago do condomínio.
Praia	As praias de água doce são da cidade de Aruanã, públicas, na temporada.
Distâncias	Goiânia a cerca de 314 km. Brasília a cerca de 480 km.
Entrada	R\$ 22.400 em até 3 parcelas. Este número está documentado e pode ser dito.
Valor	Sempre com "a partir de". A referência publicada é a partir de R\$ 224.000, total.
Saldo	Financiamento direto com o loteador, sem intermediação bancária, sem citar prazo.

É PROJETO, NUNCA ENTREGA

Estes itens aparecem em perspectiva ilustrada e não podem ser comunicados como existentes. Apresentar qualquer um deles como pronto é a origem do litígio mais provável do projeto.

- Marina
- Heliponto
- Quadra de tênis de saibro
- Quadra de areia
- Deck
- Quiosque
- Prainha
- Áreas de lazer em geral

03 Posicionamento

Premium com prova, nunca luxo de fantasia.

O Veredas virou de volume para desejo em 22/07/2026, e a virada tem um limite exato. A energia é de produto premium, mas o produto real é lote de R\$ 150 mil a R\$ 380 mil para família goiana de alto padrão. Linguagem de clube de bilionário, iate e destino internacional não cabe, e o manual de marca aprovado rejeita explicitamente o tom distante. O que sustenta o premium aqui não é adjetivo, é prova: metragem, registro, infraestrutura implantada e preço aberto.

O QUE O VEREDAS NÃO É

	NÃO É	POR QUÊ
Não somos	condomínio urbano de moradia	Somos segunda residência. O argumento de rotina e praticidade atrai o comprador errado.

NÃO É

POR QUÊ

Não somos	lote à beira-rio	Somos vizinhos do Araguaia, dentro da cidade. Quem chega esperando pé na água se frustra na portaria.
Não somos	resort ou clube pronto	Somos loteamento com infraestrutura entregue e lazer em projeto.
Não somos	investimento com retorno prometido	Somos patrimônio com documentação em ordem. A diferença é jurídica, não retórica.

OS QUATRO EIXOS DE POSICIONAMENTO

O Araguaia agora é endereço

Aruanã deixou de ser destino de temporada e virou lugar onde se tem endereço fixo.

Chegue de avião

O fly-in é o atributo mais raro do produto e o menos usado pela equipe.

Infraestrutura pronta, não promessa

O que separa o Veredas do loteamento que vende mapa e entrega mato.

A conta aberta

Publicar preço e entrada antes da visita filtra melhor que qualquer pergunta de formulário.

04 A voz do Veredas

Seis princípios que decidem uma frase quando não há regra específica para ela.

Afirma antes de descrever

Os dois melhores Reels do mês abrem com uma afirmação forte, não com a descrição do empreendimento. Comece pelo que interessa, não pelo nome do condomínio.

Prefere o número ao adjetivo

"1.000 m²" comunica mais que "amplo".
"Matrícula 10.884" comunica mais que "seguro". Adjetivo sem número é ruído.

Diz o que não é, antes de perguntarem

Corrigir a expectativa antes da visita custa uma frase. Depois da visita custa a venda.

Fala com quem decide, não com o mercado

O comprador é família goiana de alto padrão, de Goiânia, Brasília e Anápolis. Não é o público genérico de imobiliário nacional.

Não enfeita o que é projeto

Toda imagem de perspectiva é ilustrativa e isso é dito na própria peça, não em letra miúda.

Escreve como alguém que estaria lá

Quem escreve para o Veredas precisa conseguir sustentar a frase de pé, na portaria, olhando para o terreno com o cliente do lado.

TOM, NA PRÁTICA

Sim Direto, confiante, com fundamento. Silêncio do Cerrado, não trilha épica.

Sim Português correto e completo, inclusive em legenda e WhatsApp. Casual não é errado.

Sim Frases curtas. Uma ideia por frase. Parágrafo de até três linhas.

Não Superlativo vazio: exclusivo, único, inigualável, imperdível.

Não Jargão de corretor: oportunidade imperdível, últimas unidades, corre que acaba.

Não Tom aloof, distante ou aspiracional de fantasia. Foi rejeitado no manual aprovado.

Não Emoji em excesso. No máximo um por bloco, e só quando substitui uma palavra.

05 Léxico

A coluna da esquerda não é questão de gosto. Cada troca corrige um risco real.

NUNCA ESCREVER

ESCREVER

POR QUÊ

~~à beira do rio, beira rio, pé na água~~

vizinho do Rio Araguaia

O lote não faz divisa com a margem. É correção de expectativa, não estética.

~~perto de Aruanã, a X minutos do centro~~

dentro da cidade de Aruanã

Givago corrigiu isso em julho: o empreendimento está no coração da cidade.

~~marina~~

lago interno do condomínio

Marina não existe. É render, e citar como entrega é promessa falsa.

~~praia do condomínio~~

as praias de Aruanã, públicas, na temporada

A praia é da cidade e é de todo mundo.

~~condomínio de luxo~~

condomínio fechado de lotes

Luxo não pertence ao vocabulário aprovado da marca.

NUNCA ESCRIVER

ESCREVER

POR QUÊ

~~investimento seguro, valoriza sempre~~

registro em cartório, matrícula 10.884

Segurança se prova com documento, não com adjetivo.

~~restam N lotes, últimas unidades~~

linguagem de etapa e de posição

Número absoluto entrega a velocidade de venda ao concorrente.

~~N parcelas, N meses~~

saldo direto com o loteador, sem banco

A condição mudou e não foi confirmada.

~~a partir de R\$ X por mês~~

valor total a partir de R\$ X

Parcela mensal depende do prazo, que não está confirmado.

PALAVRAS DA CASA

vizinho · dentro da cidade · lago interno · matrícula · registro · cartório · infraestrutura implantada · pórtico · acesso controlado · fly-in · aeroporto ao lado · temporada · água doce · Cerrado · perspectiva ilustrada · mil metros · entrada · valor total · direto com o loteador · a partir de · conferir

PALAVRAS BANIDAS

~~luxo · exclusivo · imperdível · últimas unidades · corre · aproveite · à beira · beira rio · marina · heliponto pronto · valorização garantida · rentabilidade · retorno garantido · perto de Aruanã · travessão~~

06 As doze regras que não se negociam

Cada regra vem com o motivo e com a consequência. Regra sem motivo é esquecida na primeira pressa.

01 Preço só com "a partir de"

Nenhuma peça publica valor fechado como se fosse único. A forma correta é "valor total a partir de R\$ 224.000".

POR QUE EXISTE

Lote tem posição, metragem e condição diferentes. Valor fechado em peça vira promessa e gera reclamação quando o lote que interessa custa outro valor.

O QUE ACONTECE SE QUEBRAR

Reclamação de consumidor e desgaste na primeira conversa.

02 Nunca citar quantidade de parcelas ou meses

Fala-se em entrada de R\$ 22.400 em até 3 parcelas, que está documentada, e em saldo direto com o loteador, sem banco. Prazo do saldo não entra em peça.

POR QUE EXISTE

A condição foi de 240 para 180 meses e há referência divergente a 24 parcelas. Nada disso está confirmado por escrito.

O QUE ACONTECE SE QUEBRAR

Peça impressa com prazo errado não tem correção. E lead que chega com número na cabeça e recebe outro na tabela vira objeção na hora da proposta.

03 O rio é vizinho, nunca divisa

Escreve-se "vizinho do Rio Araguaia". Nunca "à beira", "beira-rio" ou "pé na água".

POR QUE EXISTE

O lote não termina na água. Quem chega achando que termina descobre na visita, e a frustração vira desistência e comentário ruim.

O QUE ACONTECE SE QUEBRAR

Perda de venda na portaria e reputação de propaganda enganosa.

04 O condomínio fica dentro de Aruanã

Nunca "perto de Aruanã" nem "a X minutos do centro".

POR QUE EXISTE

Correção dada pelo Givago, que está na ponta: o empreendimento está no coração da cidade. Dizer que é perto sugere zona rural isolada.

O QUE ACONTECE SE QUEBRAR

Perde-se o argumento mais forte de estrutura urbana e conveniência.

05 Separar entregue de projetado, sempre

Entregue: pórtico, vias, infraestrutura urbanizada. Projeto: marina, heliponto, quadras, deck, quiosque, prainha. Toda imagem de perspectiva leva a inscrição "perspectiva ilustrada".

POR QUE EXISTE

É a diferença entre vender e prometer. E é o que sustenta a conversa quando o cliente chega no terreno.

O QUE ACONTECE SE QUEBRAR

Promessa de amenidade inexistente é o caminho mais curto para litígio.

06 Nunca prometer valorização ou retorno

Em nenhuma hipótese, nem em conversa informal, nem em áudio de WhatsApp.

POR QUE EXISTE

Não existe garantia de valorização em imóvel. Quem promete está errado, e a promessa fica gravada.

O QUE ACONTECE SE QUEBRAR

Responsabilização direta da incorporação e da agência.

07 Escassez por etapa, nunca por contagem

Não publicar quantos lotes restam nem quantos foram vendidos. Usar linguagem de etapa e de posição disponível.

POR QUE EXISTE

"14 famílias, restam 59 lotes" foi citado textualmente por um concorrente. O número entrega a velocidade de venda de graça.

O QUE ACONTECE SE QUEBRAR

Inteligência competitiva entregue e percepção de produto parado.

08 RI declarado em toda peça institucional

Matrícula 10.884, CRI de Aruanã, aparece em folder, flyer, book, site e peça de OOH.

POR QUE EXISTE

É o diferencial que o concorrente direto não tem como responder sem mudar o produto. E foi cobrado pelo Léo e pelo Herif.

O QUE ACONTECE SE QUEBRAR

Perder o argumento mais forte contra loteamento irregular da região.

09 Logo sempre por arquivo oficial

Nunca digitar "Veredas do Araguaia" em fonte para simular a marca. Emblema atual é o de arco aberto, de 03/08/2026. Nunca dentro de card, filete ou moldura.

POR QUE EXISTE

O emblema anterior, de arco fechado, circulou em 461 peças e continua em pastas antigas. É fácil pegar o arquivo errado.

O QUE ACONTECE SE QUEBRAR

Marca errada impressa em tiragem.

10 Sem travessão e sem moldura

Travessão não entra em copy. Moldura, frame e shape decorativo não entram em arte.

POR QUE EXISTE

Regra global da operação, aplicada a todas as marcas.

O QUE ACONTECE SE QUEBRAR

Peça fora do padrão visual da casa.

11 Português correto, inclusive no informal

Acentuação completa, maiúscula em nome próprio, pontuação rigorosa. Vale em legenda, story, WhatsApp e resposta de comentário.

POR QUE EXISTE

Erro de português em peça de imóvel de R\$ 224.000 destrói a percepção de cuidado que o resto do material construiu.

O QUE ACONTECE SE QUEBRAR

Perda de credibilidade no ponto mais barato de evitar.

12 Marcação obrigatória de parceiros

Todo post do Veredas marca @kakaneiva e @acampamentoilhadosol.

POR QUE EXISTE

Pedido do Herif em 09/07/2026. São contas de alto alcance na região.

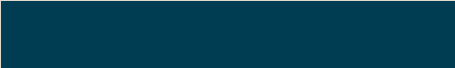
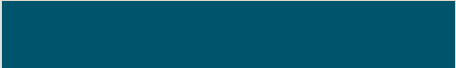
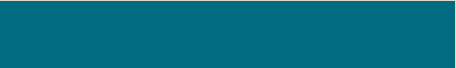
O QUE ACONTECE SE QUEBRAR

Descumprimento de combinado direto com o cliente.

07 Identidade visual

PALETA, MEDIDA NO ARQUIVO OFICIAL

Extraída pixel a pixel do lockup oficial. É a única fonte que não depende da memória de ninguém. O percentual é a participação da cor na área do emblema.

 Navy Araguaia #003D52 · 5,3% Cor de base da marca. Fundo de peça, bloco de texto, rodapé legal.	 Azul onda #00546B · 4,9% Onda de água do emblema. Apoio, nunca base de peça inteira.	 Azul claro #006B81 · 3,2% Topo da onda. Filete, detalhe, hover.
 Verde mata #1F570C · 4,4% Onda de vegetação. Selo, marcador, acento de natureza.	 Verde folha #236A0C · 3,5% Topo da vegetação. Uso pontual.	 Âmbar sol #E58203 · 3,0% Núcleo do sol. Acento forte, número herói, destaque único por peça.

Amarelo raio #FFC93D · 2,8% Raios do sol. Só em detalhe pequeno, nunca em bloco grande.	Creme #F5F2EA · assinatura Texto sobre navy e fundo de peça clara.	Branco #FFFFFF · 8,2% Wordmark sobre fundo escuro.
---	--	--

LOGO

- Sempre por arquivo oficial. Nunca digitar o nome em fonte para simular a marca.
- Emblema atual é o de **arco aberto**, de 03/08/2026: semicírculo com pontas cortadas retas na linha de água e ondas largas que ultrapassam o arco dos dois lados.
- O anterior, de arco fechado, circulou em 461 peças e ainda está em pastas antigas. Conferir o arco antes de usar.
- Nunca dentro de card, filete ou moldura.
- Altura fixa e largura automática. Nunca esticar, nunca usar porcentagem em layout flex.

TIPOGRAFIA

- Montserrat em caixa alta para título e número herói.
- Inter no corpo de texto longo.
- Sem itálico, em nenhuma hipótese.
- Numeração arábica com zero à esquerda: 01, 02, 03.

08 As seis linhas editoriais

Quatro linhas cobrem projeto, obra, localização e lazer, que é o que a concorrência faz. As linhas 02 e 06 são as que faltam a eles e são exatamente onde o nosso negócio trava: a conta e a prova humana.

01 · A obra existe

2 por semana, fixo. Prova de que sai do papel. Em venda de lote, a obra é a única prova real.

- Foto crua da frente de obra, mesma hora e mesmo ponto toda semana
- Percentual por frente: terraplanagem, meio-fio, rede, pavimento
- O que mudou desde o mês passado
- Selo discreto de semana no canto, em âmbar

O ERRO QUE MATA ESTA LINHA

Publicar obra só quando é conveniente. Constância é o que prova andamento.

02 · A conta aberta

1 por semana. Pré-qualifica por preço antes do clique. É a linha que o concorrente não tem coragem de ter.

- Valor total a partir de, entrada e o que o saldo é
- Comparação de preço por metro quadrado com o vizinho
- O que está incluso e o que não está
- Fundo navy sólido, sem foto, para destacar do feed

O ERRO QUE MATA ESTA LINHA

Esconder preço e empurrar a objeção para o corretor. Já foi testado e travou a conversa.

03 · Mil metros

1 por semana. A vantagem mais fácil de provar. O padrão da região vai de 300 a 450 m².

- Escala: o que cabe em 1.000 m² e não cabe em 400
- Casal ou família dando referência de tamanho na foto
- Sobreposição gráfica com lote padrão da região
- Número herói em Montserrat caixa alta, creme sobre navy

O ERRO QUE MATA ESTA LINHA

Falar de metragem sem mostrar escala. O número sozinho não é visualizado.

04 · Aruanã de verdade

1 por semana. Alcance. É a linha que traz gente nova, porque a cidade interessa a quem ainda não pensa em lote.

- A cidade, o rio como vizinho, a temporada de água doce
- Distância real de Goiânia e de Brasília, dita sem maquiagem
- O que fazer num fim de semana em Aruanã
- O fly-in e o aeroporto ao lado

O ERRO QUE MATA ESTA LINHA

Vender a cidade como se fosse o condomínio. A praia é pública e isso precisa ficar claro.

05 · Está tudo registrado

1 a cada duas semanas. Quebra a objeção de confiança, que em loteamento trava mais venda do que preço.

- Matrícula 10.884, CRI de Aruanã
- Como conferir o registro sozinho, sem depender de nós
- Direto com o loteador, sem banco e sem análise de crédito
- Lei 6.766/79 e o que ela exige

O ERRO QUE MATA ESTA LINHA

Falar de segurança sem dar o número. O número é o argumento.

06 · Quem já está

1 a cada duas semanas. Prova social real. Nunca depoimento montado.

- Proprietário contando por que escolheu, com autorização
- Visita guiada e transporte de Goiânia
- Bastidor da equipe e do atendimento
- Nunca número de vendas nem contagem de lotes

O ERRO QUE MATA ESTA LINHA

Inventar prova social. É descoberto na primeira visita.

09 Calendário e ritmo

Sete publicações por semana, com duas linhas dobradas. Constância vale mais que volume: publicar em levas e sumir entre elas é o erro do concorrente.

DIA	FORMATO	LINHA	PAPEL NA JORNADA
Segunda	Carrossel 4:5	Mil metros	Abre a semana pelo produto
Terça	Story e Reels	A obra existe	Prova de que sai do papel
Quarta	Estático 4:5	A conta aberta	Pré-qualifica por preço
Quinta	Reels	Aruanã de verdade	Alcance, entra gente nova
Sexta	Estático 4:5	Registrado e Quem já está	Quebra a objeção de confiança
Sábado	Story	A obra existe	Bastidor, foto crua
Domingo	Carrossel	Mil metros	O dia em que se sonha com a casa

O lead entra de madrugada

A fila de stories precisa estar cheia às 22h, não às 10h. Publicação agendada para o horário comercial perde a janela em que este público olha o celular.

OS SETE DESTAQUES FIXOS DO INSTAGRAM

Cada destaque resolve uma objeção. Nenhum é decorativo.

O Veredas O que é o produto, em trinta segundos.

A obra O que já está feito, atualizado toda semana.

A conta Valor, entrada e como funciona o saldo.

Mil metros Escala do lote contra o padrão da região.

Registro Matrícula 10.884 e como conferir sozinho.

Como chegar De carro e de avião, com distância real.

Visita Como agendar e o que esperar.

10 Estrutura de copy

Toda peça de texto do Veredas segue esta ordem. Não é forma por forma: cada bloco existe para resolver uma coisa que já deu errado antes.

Gancho

Uma afirmação, nunca a descrição do empreendimento.

Certo: "A área média do lote aqui é de 1.000 m². O padrão da região vai de 300 a 450."

Errado: "O Veredas do Araguaia é um condomínio fechado localizado em Aruanã que oferece..."

Corpo

Uma ideia por frase, até três linhas por parágrafo. Número no lugar de adjetivo.

Se a frase não tem número, prova ou consequência concreta, ela é enfeite e sai.

Prova

Toda peça carrega ao menos uma prova verificável.

Matrícula, metragem, distância, o que está construído. O leitor precisa poder conferir sem nós.

Correção

Quando a peça toca em rio, praia, lazer ou preço, ela corrige a expectativa ali mesmo.

"O condomínio é vizinho do rio, não faz divisa com a margem e não tem marina."

Ação

Um único pedido, específico, com o canal.

Certo: "Peça a metragem exata do lote que te interessa no WhatsApp (62) 98323-8200."

Errado: "Entre em contato e saiba mais."

Rodapé legal

Onde a peça exige: matrícula, SPE, natureza ilustrativa da perspectiva.

Veredas do Araguaia SPE Ltda, CNPJ 39.927.834/0001-82. Matrícula 10.884, CRI de Aruanã. Imagens de perspectiva são ilustrativas.

11 Regras por canal

Feed do Instagram

4:5 · 2160×2700

- Carrossel para o que precisa explicar, estático para o que a foto sustenta
- Logo no começo da peça, nunca só no rodapé
- Foto ou render limpo, sem véu de cor por cima
- Marcar @kakaneiva e @acampamentoilhadosol em todo post
- Legenda em blocos curtos, com o WhatsApp no final

Stories

9:16 · 1080×1920

- Todo post de feed vira 3 stories: gancho, criativo em card com provas, CTA
- O gancho usa render limpo, nunca o criativo do feed, que vaza texto no 9:16
- A fila precisa estar cheia às 22h, porque o lead entra de madrugada
- Story de obra é foto crua, sem filtro

Reels

9:16 · corte seco

- Abre com afirmação nos primeiros dois segundos
- Sem trilha épica. O silêncio do Cerrado vale mais
- Legenda queimada com a informação dura: distância, metragem, valor
- Reels rende muito mais que imagem parada nesta conta

Site

veredasdoaraguaia.com.br

- Formulário na terceira dobra e de novo no fim
- Preço visível antes do formulário, porque pré-qualifica
- Barra de progresso de obra, atualizada
- Deploy por UAPI do cPanel, nunca por FTP, que trunca e mata a página

OOH e impresso

placa, folder, flyer, book

- Matrícula e SPE no rodapé, sempre
- Logo por arquivo oficial, altura fixa e largura automática
- Nunca usar porcentagem em flex de layout: a foto encolhe e o logo distorce
- Fechar em CMYK e conferir cobertura de tinta antes da gráfica

WhatsApp

(62) 98323-8200

- Mensagem sempre em blocos, várias bolhas, nunca textão
- Número oficial único nas peças, com o 9
- Preço se fala com contexto, e o número solto não se manda por mensagem
- Português correto inclusive no casual

12 Regras de imagem

Em loteamento, imagem é promessa. É a área com maior risco jurídico do projeto inteiro.

Pode	Foto real de obra	Preferida sempre que existir. Mesma hora, mesmo ponto, sem filtro.
Pode	Render oficial	Permitido com a inscrição "perspectiva ilustrada" na própria peça.
Pode	Foto do rio e da cidade	Permitida, desde que a legenda deixe claro que a praia é pública, da cidade.
Pode	Marca aplicada na cena	Quando houver superfície, a marca entra aplicada nela, não no rodapé.
Não	Imagem gerada por IA com texto	Proibida. A IA escreve a marca errada. Gerar a cena sem letra e aplicar a marca por homografia.

Não	Render de amenidade apresentado como pronto	Proibido. É a origem do litígio mais provável do projeto.
Não	Foto de outro empreendimento ou banco de imagem genérico	Proibida em peça de produto.
Não	Upscale de IA em peça com número	Proibido. O upscale inventa dígito em texto pequeno.
Não	Véu de cor sobre a foto	Proibido. Foto entra limpa. Véu em PDF ainda vira faixa dura no iPhone.

13 Erros já cometidos

Registro para não repetir. Cada um destes custou alguma coisa, e cada um virou uma regra deste documento.

Escassez com número absoluto

Publicamos "14 famílias já compraram, restam 59 lotes". Um concorrente citou o número textualmente em relatório de inteligência.

REGRA QUE NASCEU DAÍ

Escassez por etapa e por posição. Contagem só em conversa individual.

Emblema antigo em 461 peças

O emblema de arco fechado continuou em produção depois da troca para o de arco aberto, porque a regra antiga só proibia a versão flat e o antigo também era metálico.

REGRA QUE NASCEU DAÍ

Conferir o arco antes de usar: o atual é semicírculo com pontas cortadas retas e ondas largas que ultrapassam o arco.

"A menos de uma hora do centro de Aruanã"

Frase publicada no book. O Givago, que está na ponta, apontou que está errada: o empreendimento fica no coração da cidade.

REGRA QUE NASCEU DAÍ

Dentro da cidade de Aruanã. Nunca medir distância até o centro.

Campanha construída para um prazo que mudou

Comunicação, personas, formulários e anúncios foram feitos para 240 meses. A condição virou 180, e a objeção passou a aparecer quando o lead recebia a tabela.

REGRA QUE NASCEU DAÍ

Nenhuma peça cita prazo até a confirmação por escrito.

Conta de mídia parada por limite de gastos

A conta ficou 13 dos últimos 27 dias sem entregar, por teto de gasto.

REGRA QUE NASCEU DAÍ

Verba diária e fôlego monitorados, com alerta antes de bater o teto.

Lonas executadas fora do projeto

O projeto previa metalon fixado na parede. No local usaram quatro lonas e moldura de ripa. O acabamento pode ser lido como trabalho nosso.

REGRA QUE NASCEU DAÍ

Registrar projeto e execução por escrito, com evidência, sempre que houver alteração no local.

1.4 Checklist antes de publicar

Passa item por item. Dezenove verificações que levam menos tempo do que recolher uma peça errada.

☐ **FATO** Todo número da peça foi conferido na fonte, não de memória

☐ **FATO** Nada que é projeto está sendo apresentado como entregue

☐ **FATO** Nenhuma quantidade de parcelas ou de meses aparece

☐ **FATO** Preço, se aparece, está com "a partir de"

☐ **FATO** Nenhuma contagem de lotes vendidos ou restantes

☐ **TEXTO** Rio aparece como vizinho, nunca como divisa

☐ **TEXTO** O condomínio está dentro de Aruanã, não perto

☐ **TEXTO** Nenhum travessão

☐ **TEXTO** Acentuação, maiúsculas e pontuação revisadas

☐ **TEXTO** Uma única ação pedida, com canal específico

☐ **ARTE** Logo é o arquivo oficial do emblema de arco aberto

☐ **ARTE** A marca não está dentro de card, filete ou moldura

☐ **ARTE** Nenhum shape decorativo e nenhum véu sobre a foto

☐ **ARTE** Tipografia é Montserrat, sem itálico

☐ ARTE	Render traz a inscrição de perspectiva ilustrada	☐ LEGAL	SPE e CNPJ no rodapé de peça institucional
☐ LEGAL	Matrícula 10.884 e CRI de Aruanã, onde a peça exige	☐ CANAL	Parceiros marcados, se for post de Instagram
		☐ CANAL	WhatsApp (62) 98323-8200, com o 9

1.5 Pendências que travam a linha editorial

Não são detalhes. Cada uma destas trava uma linha inteira ou obriga a refazer material já produzido.

Condição de pagamento do saldo

Existe 240, 180 e 24 circulando. Nada confirmado por escrito.

IMPACTO

Bloqueia a linha 02, que é a de maior efeito de pré-qualificação.

COMO RESOLVER

Confirmar com Wesley ou Herif, por escrito, e registrar no HUB.

Paleta oficial

HUB, estudo e memória divergem. A medição do arquivo oficial devolve um quarto conjunto.

IMPACTO

Peça feita com a paleta errada precisa ser refeita antes de reimprimir.

COMO RESOLVER

Adotar a paleta medida deste documento e corrigir a seção 2 do HUB.

Registro do parcelamento por lote

A matrícula 10.884 é do imóvel-mãe. As matrículas individuais por lote ainda estão a validar.

IMPACTO

Muda o que se pode afirmar sobre segurança jurídica na peça.

COMO RESOLVER

Confirmar com a incorporação antes de subir o tom do argumento de registro.

Teto de gasto da conta de mídia

A conta já ficou parada quase metade de um mês por limite.

IMPACTO

Sem entrega, nenhuma linha editorial se sustenta.

COMO RESOLVER

Manter alerta antes do teto e revisar o limite a cada ciclo.

16 Fontes

Tudo aqui foi tirado de documento existente ou de medição em arquivo. Nada é opinião não declarada.

- HUB do Obsidian · 02-CLIENTES/Veredas do Araguaia/00 HUB Veredas do Araguaia
- Estudo de concorrente Versalhes e adaptação · 04/08/2026
- Call da virada com a incorporação · 22/07/2026
- Registro de ocorrências da operação · 06/08/2026
- Medição de paleta no arquivo brand/lockup-vertical-oficial.png
- Contrato e RI · matrícula 10.884, CRI de Aruanã, Lei 6.766/79

VEREDAS DO ARAGUAIA · BIO LIFE INCORP

SQUAD FILM · MARKETING E PRODUÇÃO · VERSÃO 1.0 · 06/08/2026