



A identidade visual da marca nasce a partir do questionamento “O QUE NOS TORNA ÚNICOS AO ALGORITMO”, para solucionar esse problema me debrucei sobre o conceito de território segundo o autor Milton Santos, acreditando que o que nos torna únicos é a nossa **diversidade cultural**.

Os elementos visuais da marca foram elaborados tendo em vista valores como: **inclusão, diversidade, cultura e tecnologia**. Para representar os princípios da marca criei a **logo caligráfica com serifa** baseadas no desenho da divisão estadual do **mapa de São Paulo**, um estado que tem na sua história de fundação e construção a participação de vários povos. Os **tons terróricos** em contraste com as cores primárias presentes na natureza

