



BRA
DDA

Guia de Redes Sociais

— Calmô

O Guia de Redes Sociais é um documento que mostra diretrizes de comunicação da marca, com orientações sobre como a Calmô se apresenta e como conversa com o público.

Este material deve ser lido por todas as pessoas envolvidas na manutenção e divulgação da marca, especialmente os responsáveis pelo uso das plataformas digitais.

A partir da leitura atenta deste material, é possível entender e seguir a linha de comunicação adequada, que respeita o propósito da Calmô. Assim, constrói-se uma imagem consistente sobre a marca na mente de seu público.

O estilo gráfico dessa apresentação segue o universo visual da Bradda, não devendo ser utilizado como referência visual para a sua empresa.

Diretrizes Visuais

4

Fotografia	5
Momentos de Pausa	6
Ambiente Calmô	7
Produtos Calmô	8
Still Calmô	9
Frases Calmô	10
Composição de Feed	11



Diretrizes Visuais

A seguir, conheça diretrizes visuais para guiar a produção e a escolha de imagens que serão compartilhadas nas redes sociais da marca.



01

\

Fotografia

A fotografia é um recorte capaz de transmitir o espírito da marca, essencial na comunicação nas redes sociais. Por meio dela, conseguimos evocar emoções e convidar o público para entrar em nosso universo – um universo de momentos especiais.

Para que a marca transmita uma mensagem consistente, é preciso que as fotografias sejam feitas de acordo com a proposta da Calmô. Assim, as imagens que serão publicadas nas redes sociais precisam transmitir a sensação de calma, de pausa e de aconchego que estão presentes no DNA da Calmô. É essencial que essas fotografias compartilhem um mesmo padrão cromático, respeitando os tons escolhidos para a paleta da marca.

Nesse sentido, a paleta de cores da marca inclui o azul, tons de bege e marrom. O laranja também é uma cor sugerida, especialmente em detalhes.

Esses tons não precisam ser exatos, mas é importante que estejam dentro do espectro da paleta da marca. Os tons das cores são trabalhados com menos saturação, exceto o laranja, que pode ser mais destacado quando aparecer.

Existem diferentes tipos de fotos que podem ser utilizadas na composição das redes sociais. Na sequência, conheça exemplos de imagens e suas respectivas orientações.



01

\

Momentos de Pausa

Na Calmô, entendemos e valorizamos os pequenos momentos, que são capazes de transformar o dia. Este é um conceito importante para a marca, que deve ser representado em fotografias nas redes sociais.

As imagens ao lado exemplificam bem o conceito de momento de pausa: são pessoas, com um semblante feliz e tranquilo, apreciando o que a marca tem a oferecer.

Para fotos de momentos de pausa, aconselhamos que o foco esteja no sentimento e na sensação das pessoas, seja em um ambiente interno da Calmô, ou em locais públicos com produtos da marca.

Além do foco no sentimento que as pessoas estão expressando, deve-se levar em consideração a escolha de cores na composição.

O azul e o laranja são as cores da Calmô, cores que transmitem a sensação de calma e de aconchego, o que vai de encontro com o propósito da marca.

Caso não seja possível trabalhar com essas tonalidades no momento da captura da foto, é aconselhável usar filtros na edição, para destacar os tons e manter a coerência visual.



Ambiente Calmô

Quando uma marca possui um ponto físico, é comum que parte do público se interesse em pesquisar o local antes de visitá-lo.

Para contemplar este público, uma das publicações que deve fazer parte das redes sociais da Calmô é a apresentação do ambiente da cafeteria. Nesse caso, as fotos do ambiente Calmô podem apresentar detalhes da estrutura física da cafeteria, assim como os processos para a preparação dos cafés e dos cookies. **Aqui, o foco está nos elementos que estão presentes no espaço da marca.**

É interessante que essas imagens prezem pelo aspecto clean, ou seja, sem outros elementos paralelos que tirem o foco do que está sendo apresentado. Como no exemplo ao lado, as imagens possuem um direcionamento claro do que o público deve perceber.

Como nos outros tipos de fotografia, é importante respeitar a paleta de cores, com tons de azul, bege e marrom, e o laranja em pequenos detalhes, em composições que transmitem clareza, organização e calma.



Produtos Calmô

Outro elemento que deve estar presente nas fotografias das redes sociais é o que a Calmô faz, os produtos comercializados. Isso porque, é comum que parte do público queira conhecer o visual dos cafés e dos cookies antes de visitar a cafeteria.

Quando as fotografias representarem os produtos Calmô, é preciso que o foco esteja somente nestes elementos. **Para essas imagens, é interessante trabalhar com os momentos prazerosos que os produtos evocam, destacando ainda o toque artesanal que é característico da marca.**

Como demonstrado nos exemplos ao lado, a orientação é captar fotografias de detalhes dos produtos, sem a interferência de elementos paralelos para competir pela atenção de quem observa.

Os cafés e os cookies, por si só, já costumam contar com cores dentro da paleta da Calmô. Mas, caso esses itens sejam posicionados próximos de outros elementos, é preciso se atentar para que todos sigam um mesmo padrão cromático.



01

\\
Still Calmô

Still Calmô é o nome dado à fotografia feita em estúdio, que apresenta os produtos e as embalagens com um aspecto visual mais claro, sem a interferência de outros elementos.

Aqui, a ideia é explorar e valorizar os materiais da marca, que incluem copos, caixas, embalagens de cafés, etc. Afinal, parte da experiência de consumo de cafés ou cookies têm relação direta com esses elementos, que também compõem a marca.

Como são fotos produzidas fora do ambiente Calmô, é interessante seguir especialmente a diretriz de paleta de cores.

Assim, o fundo das imagens deve conversar com as embalagens ou produtos apresentados que, por sua vez, respeitam a paleta estabelecida para a marca.

* As imagens são meramente ilustrativas.



03
\

Frases Calmô

Além das fotografias de momentos de pausa, ambiente e produtos Calmô, as publicações das redes sociais podem ser compostas de frases em fundos coloridos.

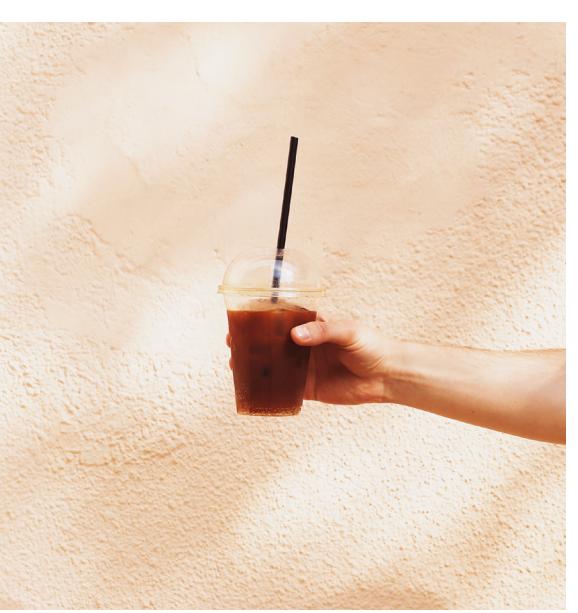
Para isso, as frases desenvolvidas devem ser construídas com a fonte da Calmô, chamada “**Oswald**”.

Nessas publicações, as frases podem reforçar a ideia central da marca, que é fazer uma pausa e apreciar um pequeno momento de descanso. Pode também ser utilizada para compartilhar avisos e informativos.

É interessante que as frases tenham poucos elementos visuais. Um asset de marca que pode ser aplicado nessas publicações é a vírgula, que representa fazer uma pausa – assim como a própria Calmô.

Na criação das imagens, a atenção deve ser aos detalhes, com o objetivo de trazer layouts interessantes, com boas áreas de respiro para transmitir a sensação de calma.

Quanto à escolha de cores, tons de bege, marrom, azul e laranja (para detalhes) são sempre os mais indicados, garantindo uma coerência visual com o feed.



03 \

Composição de Feed

Oferecer conforto e leveza para as pessoas faz parte do propósito da Calmô. Esses sentimentos também devem fazer parte da comunicação da marca, com forte presença no feed das redes sociais.

Ao lado, um exemplo de feed demonstra como as sensações de conforto, tranquilidade e leveza podem ser trabalhadas ao longo das publicações.

Todos os tipos de fotografia exemplificadas anteriormente estão presentes no feed de exemplo e são intercaladas, para que haja um equilíbrio no visual da página.

Como as fotografias e frases seguem um mesmo padrão cromático, é possível perceber que as imagens conversam entre si, apresentando uma comunicação integrada.

Esse mesmo padrão de cores é responsável por gerar um aspecto organizado e tranquilo, que coloca o público no estado de espírito desejado pela marca: **a calma**.

Assim, quem acessa a rede social da Calmô, tem uma pequena demonstração de seu propósito e de como vai se sentir ao visitar e consumir os produtos da cafeteria.

Responsável pelo projeto:

Bradda Design | +55 (48) 3025-5030 | www.bradda.com.br

Todas as imagens utilizadas nesta apresentação são meramente ilustrativas;

As fontes das quais foram retiradas estas imagens são diversas e originárias da internet;

*Estas imagens não devem ser utilizadas publicamente sem consultar direitos autorais de uso,
em nenhum tipo de mídia offline ou online, nem devem ser impressas para distribuição;*

*Aviso: Não extrair vetores, recursos gráficos nem fotografias deste arquivo PDF para uso
externo. Para tanto, deve-se recorrer aos arquivos de marca juntamente fornecidos.*

