



superplayer

Manual da Marca

Índice

Introdução	05
Glossário	06
Atributos da Marca	09
Atributos da Marca	10
Sistema de Identidade Visual	11
Assinatura Visual	12
Fundos Possíveis	14
Positivo & Negativo	18
Redução Mínima	20
Área de Proteção	21
Padrão Cromático	22
Tipografia	23
Tipografia	24

Introdução

Comunicação	25
Comunicação	26
Informações Principais	31
Informações Principais	32
Imagens	33
Fotografia	34
Aplicações	37
Cartão de visita / Pessoal	38
Cartão de visita / Comunicação	39
Folha timbrada	40
Postagem em redes sociais	41

Esse manual visa padronizar todas as formas de aplicações da identidade visual e da comunicação da marca SUPERPLAYER.

As regras aqui disponibilizadas deverão ser seguidas a risca a fim de buscar uma identidade forte e única para a empresa.

Fica reservado aos autores o direito de utilização do projeto, seja inteiro ou partes dele, em publicações e exposições de design.

Este projeto foi desenvolvido entre Março de 2012 e revisado em *Abril de 2013*.

Por **3BRTech Soluções em Música Digital**.

Responsável Técnico: Pedro Concli Loureiro.

Glossário

SISTEMA DE IDENTIDADE VISUAL

Conjunto de elementos e padrões de todo os aspectos visuais de uma marca, seja de pessoas, produtos, empresas, etc. Devem informar, substancialmente, à primeira vista. Estabelecer um nível ideal de comunicação com quem os vê.

LOGOTIPO

É uma forma gráfica única e padronizada para escrever o nome da marca. Logotipos são caractéres tipográficos ou letras desenhadas especialmente para retratar o nome de uma organização de forma memorável.

SÍMBOLO

É um sinal gráfico, geométrico ou não, que convencionalmente identifica a empresa. Esses símbolos podem ser representados de diferentes formas conforme o nome, idéia, conceito da empresa.

ASSINATURA VISUAL

Conjunto símbolo/logotipo caracterizada por uma relação de tamanho e posição específica que compõe, desta forma, a marca da empresa, produto ou serviço.

DECODIFICADOR

Frase que identifica uma empresa. Não é um slogan publicitário.

ATRIBUTOS DA MARCA

Palavras, imagens ou conceitos que caracterizam a personalidade da marca.

PADRÃO CROMÁTICO

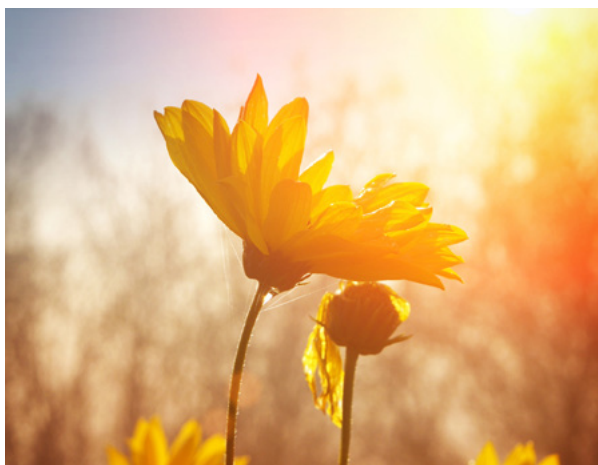
Cor, ou combinação de cores padronizada, para a identificação visual da instituição. Esse padrão de cor deve ser único como por exemplo: vermelho da Coca-Cola, azul da Ford, etc.

TIPOGRAFIA

Uma ou mais famílias tipográficas recomendadas para a forma escrita das mensagens visuais da empresa em seus impressos ou materiais promocionais.

Atributos da Marca

Atributos da Marca



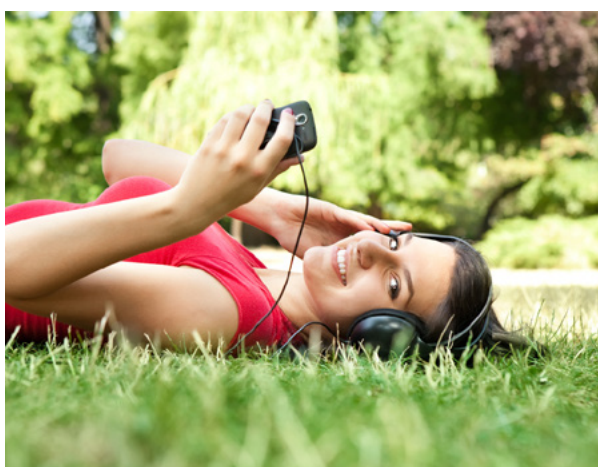
Simplicidade

Ser simples, rápida e intuitiva.



Diversão

Transformar todos os momentos da sua vida em momentos instantaneamente mais agradáveis e musicais.

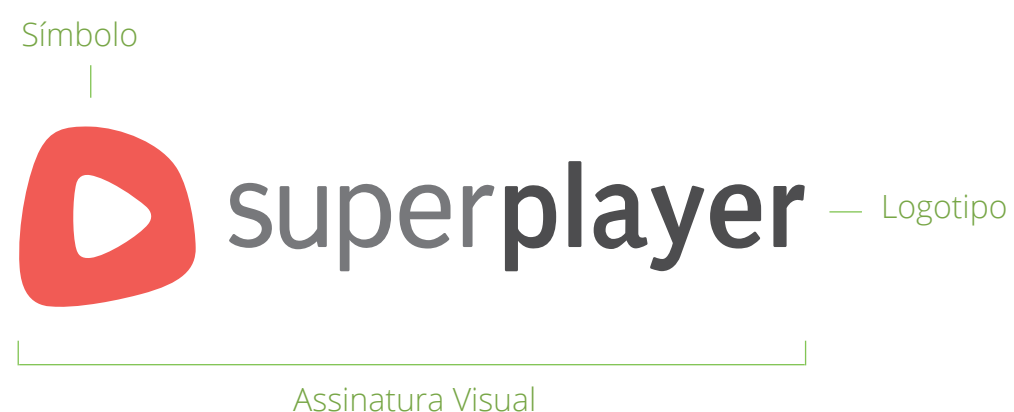


Mobilidade / Onipresença

Estar presente em todos os equipamentos com conexão a internet que o usuário pode utilizar para ouvir música.

Sistema de Identidade Visual

Assinatura Visual Horizontal



A assinatura visual do superplayer é composta de um símbolo e um logotipo. Deve ser usada com as mesmas proporções e espaçamentos exatos mostrados acima.

O símbolo poderá ser utilizado isoladamente em situações excepcionais, como no caso de ícones em aplicativos digitais.

Assinatura Visual Vertical



Quando for necessário, pode-se usar a versão com alinhamento vertical de símbolo e logotipo, como demonstrado acima. Ainda assim, se houver espaço suficiente, dê preferência para a versão anterior.

Assinatura Visual Fundos Possíveis

Caso queira aplicar a assinatura visual sobre fundo escuro, use uma das duas versões abaixo. Nelas, o logotipo faz uso de cores mais claras para garantir contraste com o fundo. (vide p. 22).



A assinatura visual pode também ser aplicada sobre o fundo vermelho abaixo. No entanto, tenha cuidado: use esta aplicação moderadamente, dando preferência às versões anteriores. O fundo vermelho deve seguir o padrão cromático (vide p. 22).



Assinatura Visual Fundos Possíveis

A assinatura visual também pode ser aplicada sobre outros fundos claros não previstos na paleta cromática primária, desde que sejam variações de cinza e não de outras cores. Atente sempre para o contraste do fundo com o logotipo.

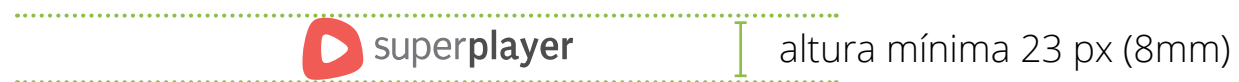


Assinatura Visual Positivo & Negativo

Quando não for possível o uso de cores, utilize a versão em positivo ou a versão em negativo. Elas também admitem a disposição alternativa dos elementos, em assinatura visual horizontal ou vertical.



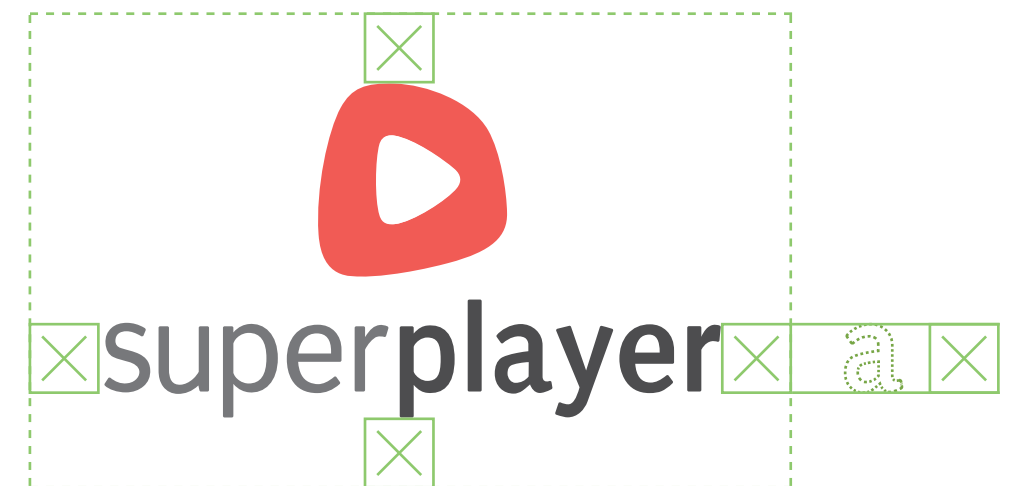
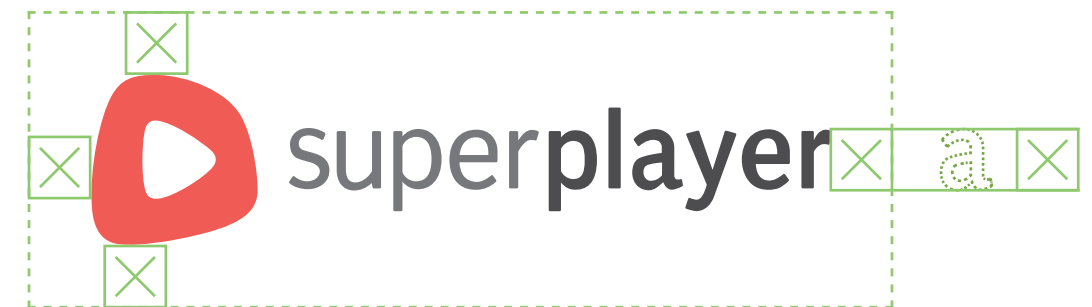
Assinatura Visual Redução Mínima



Este é o tamanho mínimo para visualização da assinatura visual. Tamanhos menores perdem a legibilidade e não devem ser utilizados na tela. Lembre-se de respeitar a área de proteção.

Assinatura Visual Área de Proteção

A área de proteção ajuda a determinar as dimensões da versão da assinatura visual a ser aplicada. Para determiná-la, utilize a letra "a" do logotipo como módulo.



Identidade Visual Padrão Cromático

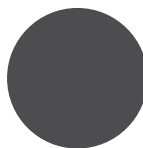
Estas são as cores que compõem as diversas versões da identidade visual do Superplayer. O uso do padrão cromático pode se estender a elementos adicionais, grafismos, textos e fundos, contanto que sejam obedecidas as normas de aplicação da identidade visual da marca. Também pode ser utilizado escala de cinza como padrão cromático de apoio em comunicações da identiade visual.



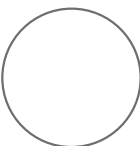
CMYK 0/80/65/0
RGB 233/80/76
HEX #E9504C



CMYK 0/0/0/65
RGB 123/123/122
HEX #7B7B7A



CMYK 0/0/0/85
RGB 74/73/73
HEX #4A4949



CMYK 0/0/0/0
RGB 255/255/255
HEX #FFFFFF



RGB 242/242/242
HEX #F2F2F2
(Uso somente na web)



CMYK 0/0/0/30
RGB 198/198/197
HEX #C6C6C5

Interface Padrão Cromático

Esse é o padrão cromático utilizado na interface do superplayer, as cores também podem ser utilizadas na comunicação institucional, tanto digital quanto física.



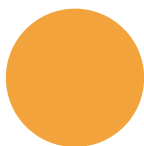
CMYK 15/100/45/0
RGB 205/20/96
HEX #CE1560



CMYK 5/100/35/0
RGB 230/20/105
HEX #E5156B



CMYK 0/100/50/0
RGB 247/147/30
HEX #F7931E



CMYK 0/40/90/0
RGB 242/163/60
HEX #F2A33B



CMYK 65/0/65/0
RGB 70/205/140
HEX #48CC8A



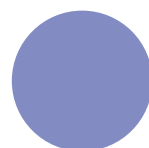
CMYK 75/0/75/0
RGB 35/180/115
HEX #22B573



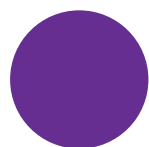
CMYK 70/0/25/0
RGB 45/180/200
HEX #2CB2BF



CMYK 60/0/25/0
RGB 90/195/200
HEX # 60C2C4



CMYK 50/45/0/0
RGB 130/140/195
HEX #828BC3



CMYK 75/100/0/0
RGB 102/45/145
HEX #662D91

Tipografia

Tipografia

Open Sans
AaBbCc
hamburgesiv
hamburgesiv

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore ad magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim sed veniam ipsum dolor.

Open Sans é a família tipográfica institucional do Superplayer. Em toda forma de comunicação da marca deve ser empregada a família Open Sans.

Comunicação

Comunicação

Temos uma personalidade característica e original, representada por aquela pessoa solícita e disposta a ajudar, simpática e comunicativa.

Se fossemos personificar o Superplayer, diríamos que ele é aquele jovem adulto, entre 22 e 28 anos, cheio de energia e muito bom humor. Para ele não há mal tempo. Ele é amigável, brincalhão, mas ao mesmo tempo esperto e ágil. Profissionalmente, o Superplayer é aquele jovem bem-sucedido que trabalha em alguma agência digital ou em algum blog sobre tecnologia e estilo de vida. Ele é como Justin Timberlake no filme “Amizade Colorida”.

Grafia **Português correto. Respeito à norma culta.**
O português deve ser correto e respeitar a norma culta. Não omitimos pontuações ou hífen e sempre fazemos uso correto de maiúsculas e minúsculas.

Tom Nosso posicionamento comunicacional **é amigável, direto e muito claro**, visando proximidade com os nossos usuários. Tentamos empregar um tom de voz bem humorado e empático nos diálogos e nas comunicações comerciais e sociais.

Vocabulário **O uso de gírias populares e nacionais é permitido, sempre com cautela e bom senso.** O foco é ter uma conversa de igual pra igual. Nosso vocabulário de termos é simples e deve ser compreensível pra todo mundo. Até para sua mãe.

Descrições das Lista

Correto	Errado
<i>Pagode: Puro deleite com as revelações mais marotas do pagode moderno.</i>	<i>Pagode: Seleção de músicas de pagode.</i>
<i>Hard Rock: Playlist pra fazer crescer cabelo no peito.</i>	<i>Hard Rock: Playlist composta com os clássicos do Hard Rock.</i>

Resposta de Feedback

Correto	Errado
<i>Usuário, a gente fica muito feliz por poder fazer parte da sua vida! Nosso objetivo aqui no Superplayer é esse aí, fazer com que o dia a dia dos nossos usuários se torne mais musical e feliz. Valeu! .</i>	<i>Usuário, gostaríamos de agradecer-lhe pelo retorno positivo. Continue usando o Superplayer e divulgando-o.</i>
<i>Usuário, valeu pela sugestão. A gente tá sempre pensando em soluções práticas e inteligentes pra aperfeiçoar o Superplayer e contribuições são muito bem vindas!.</i>	<i>Usuário, muito obrigado por suas sugestões, gostaríamos de dizer-lhe que estas serão implementadas brevemente.</i>

Descrição do Produto

Correto	Errado
<i>O Superplayer é uma plataforma de rádio digital que oferece inúmeras listas divididas por gêneros, atividades e estados de espírito.</i>	<i>O Superplayer é uma plataforma digital que oferece playlists curadas por especialistas em músicas em um espectro de grande amplitude, categorizadas por gêneros e estilos musicais, atividades e estados de espírito.</i>
<i>Superplayer, a maneira mais fácil e rápida de encontrar a trilha sonora certa para cada momento do seu dia.</i>	<i>Cloud player de streaming de música digital que pode ser acessado através do seu browser ou quaisquer dispositivos eletrônicos.</i>

Comunicação Decodificador



"é só dar play". Esta é a frase que, junto da assinatura visual, compõe diversas peças de comunicação do Superplayer.

Seu posicionamento e proporção de tamanho em relação ao logotipo devem ser exatamente como mostrados na imagem acima.

Informações Principais

Informações Principais

Quem somos (essência)? O Superplayer oferece a maneira mais fácil e rápida pra você encontrar a trilha sonora certa para cada momento do seu dia. .

O que fazemos (produto)? Somos uma rádio de música online, onde nossos usuários encontram listas feitas por especialistas, organizadas por gêneros, atividades e estados de espírito.

Por que somos diferentes? Pela conveniência do nosso serviço. Temos listas para todos os estilos e gostos, com músicas cuidadosamente selecionadas pelos nossos curadores. Oferecemos simplicidade e rapidez.

Quem é nosso público-alvo? Os usuários do Superplayer são pessoas exigentes, que apreciam boa música, mas não têm tempo e paciência para pesquisar novas tendências e criar suas próprias seleções musicais. Nosso público é composto majoritariamente por pessoas profissionalmente ativas, entre 20 e 35 anos de idade e classe A-B.

Qual o nosso objetivo? Nossa missão é disponibilizar aos nossos usuários as músicas ideais para cada momento de suas vidas.

Imagens

Imagens Fotografia

É importante mostrar pessoas inseridas em ambientes naturais para ilustrar o potencial de universalidade do player e a mobilidade que o serviço possibilita. O lugar onde elas estarão inseridas, ou seja, o contexto da cena retratada, servirá como apoio à ideia de que podemos ouvir músicas no Superplayer nos mais variados lugares, sem dificuldade alguma.

Ideias a serem transmitidas

As fotos devem transparecer a ideia de **conforto**, **conveniência**, **bem-estar**, **diversão** e principalmente devem conotar uma **atmosfera musical**, não necessariamente vinculada a algum smartphone, tablet ou computador. As pessoas podem estar sozinhas ou em grupo, procurando sempre representar uma grande diversidade de ocasiões.



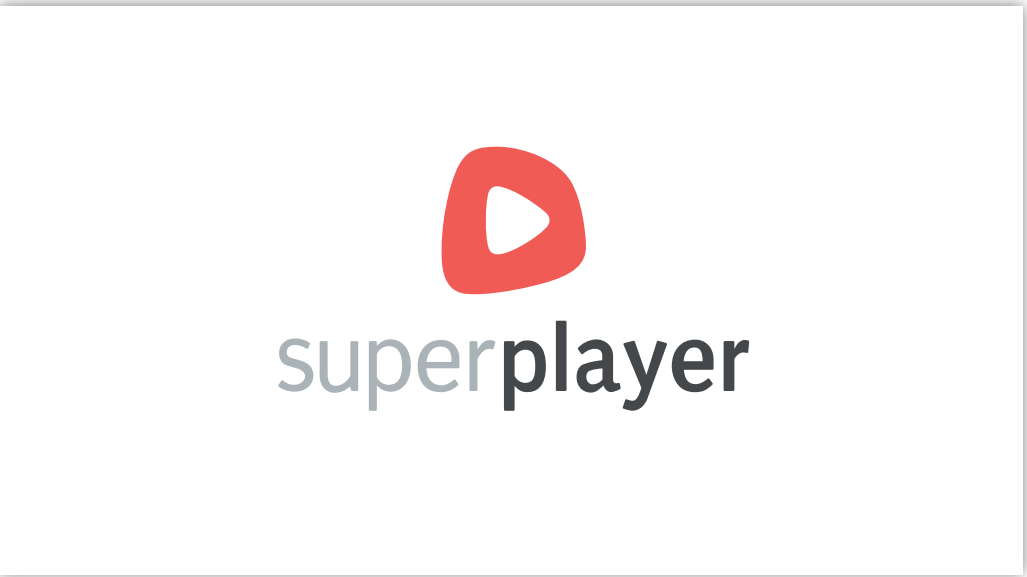


Aplicações



Aplicações Exemplos

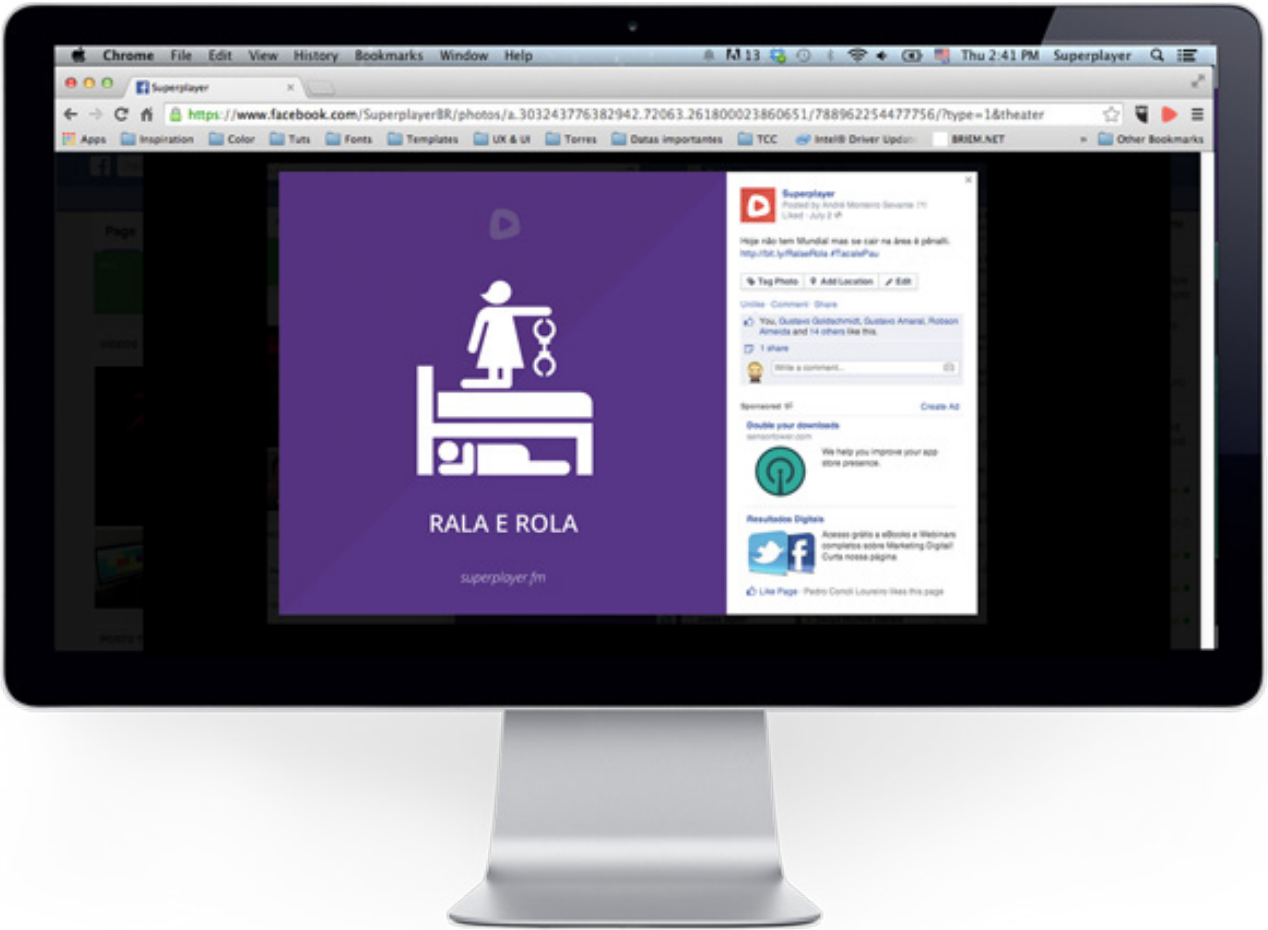
Comunicação impressa



Aplicações Exemplos

Postagem em redes sociais

Ao divulgar uma playlist do Superplayer em redes sociais, pode ser produzido uma arte onde contenha uma cor da paleta cromática (pág.23) ao fundo, o nome da playlist utilizando a família tipográfica padrão (pág.26) e um pictograma representativo ao assunto. Segue um exemplo abaixo:



Aplicações Exemplos

FaceAds / Banners

Aplicações com fotos em comunicações podem seguir a linguagem da interface do Superplayer. Para isso, deve-se inserir um cor da paleta cromática (pág.23) sobre a imagem com a opacidade de 94%.



Em comunicações com fotos dos dispositivos ou pessoas em fundo neutro, deve ser usado preferencialmente a escala de cinza da paleta cromática (pág.22).

