

Ajuste como o Escrito com o RACE em amarelo  
retirar o trecho sobre o kart e atualizar conforme o projeto  
deixar o background das imagens na mesma cor do fundo da pagina  
Colocar em primeiro e com destaque o botão VOTE NO NEXT  
dar destaque na navegação para Premiação  
logo em seguida Publique sua Experiência  
retirar o insights sobre o Foco e alterar com um carrossel de frases em um lugar estratégico na pagina que nao atrapalhe a navegação  
coloque informações sobre o next <https://www.fiap.com.br/acontece/next-fiap-festival/>  
melhorar a organização dos nomes dos membros da equipe e retirar o RM  
organizar também o visual do dashboard e coloque só com o título Dashboard do(a) Competidor(a)

---

## Manual de Conceito e Design: Projeto NeuroRace

Para: Equipe

Ester Santos da Silva Desenvolvedora | Front-end

[https://www.linkedin.com/in/ester-silvaa/?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad\\_flagship3\\_detail\\_base%3BIIgMMAXKTMmm38YxdPk5vQ%3D%3D](https://www.linkedin.com/in/ester-silvaa/?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_detail_base%3BIIgMMAXKTMmm38YxdPk5vQ%3D%3D)

João Victor Moreira Desenvolvedor| Front-end

[https://www.linkedin.com/in/jvmadv/?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad\\_flagship3\\_detail\\_base%3BIIgMMAXKTMmm38YxdPk5vQ%3D%3D](https://www.linkedin.com/in/jvmadv/?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_detail_base%3BIIgMMAXKTMmm38YxdPk5vQ%3D%3D)

Nikolas Rodrigues Moura dos Santos Desenvolvedor | Backend e Banco de Dados

[https://www.linkedin.com/in/nikolas-dos-santos/?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad\\_flagship3\\_detail\\_base%3BIIgMMAXKTMmm38YxdPk5vQ%3D%3D](https://www.linkedin.com/in/nikolas-dos-santos/?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_detail_base%3BIIgMMAXKTMmm38YxdPk5vQ%3D%3D)

Pedro Henrique Pedrosa Tavares Desenvolvedor | Backend

[https://www.linkedin.com/in/phptavares?miniProfileUrn=urn%3Ali%3Afsd\\_profile%3AACoAAEfRRvMBPu3cpZjTUF\\_KWpJR-8wQxFR5-Pc&lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad\\_flagship3\\_detail\\_base%3BIIlgMMAXKTMmm38YxdPk5vQ%3D%3D](https://www.linkedin.com/in/phptavares?miniProfileUrn=urn%3Ali%3Afsd_profile%3AACoAAEfRRvMBPu3cpZjTUF_KWpJR-8wQxFR5-Pc&lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_detail_base%3BIIlgMMAXKTMmm38YxdPk5vQ%3D%3D)

Thiago Jardim de Oliveira Desenvolvedor | Backend

[https://www.linkedin.com/in/thiago-jardim-de-oliveira-490164298/?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad\\_flagship3\\_detail\\_base%3BIIlgMMAXKTMmm38YxdPk5vQ%3D%3D](https://www.linkedin.com/in/thiago-jardim-de-oliveira-490164298/?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_detail_base%3BIIlgMMAXKTMmm38YxdPk5vQ%3D%3D)

---

## I. A Essência: O Conceito do NeuroRace (Pitch)

Este é o nosso pitch principal. É a história que contamos ao mundo.

**Título:** NeuroRace: Onde Sua Mente é o Controle.

Pitch:

Você já imaginou controlar um jogo apenas com o poder do seu foco? O NeuroRace transforma isso em realidade.

Mais do que um jogo, é uma **experiência** imersiva: usando o sensor **NeuroSky**, nós lemos suas ondas cerebrais em tempo real. Quanto maior sua concentração, melhor seu desempenho.

E é aí que entra a **gamificação**: O NeuroRace transforma seu foco em uma competição divertida e viciante. Você compete contra outros jogadores, acompanha seu progresso em dashboards instantâneos e é recompensado por manter a mente afiada.

É a união perfeita entre neurociência e diversão, colocando você no controle de uma forma que você nunca viu.

---

## II. Banco de Frases (Voz da Marca)

Estas são as frases e citações que usaremos no site, em posts de redes sociais e em materiais

de marketing. Elas devem transmitir a sensação de poder, foco e tecnologia.

- Sua mente no controle. O resto é só o jogo.
- Onde sua atenção está, sua vitória estará.
- Foco não é força. É direção.
- No NeuroRace, seu foco é o seu combustível.
- Concentre-se. Respire. Domine.
- A corrida mais difícil é a que acontece dentro da sua mente.
  
- Não é mágica, é neurociência. E você está no comando.
- Seu cérebro é o controle mais avançado já criado.
- Estamos lendo seu foco. O que ele tem a dizer?
- A concentração é visível. E aqui, ela vira pontos.
- O poder de vencer já está na sua cabeça.
  
- Em um mundo de distrações, o foco é o seu superpoder.
- A diferença entre o bom e o lendário é um segundo a mais de foco.
- O dashboard não mente: seu foco é sua maior pontuação.
- Domine sua mente. Domine a corrida.
- Vence quem aprende a silenciar o ruído.
- Seu maior oponente é a sua própria distração.

### **III. Guia de Estilo (UI/UX) - O "Look & Feel" Moderno**

Nosso site deve parecer tão inovador quanto o produto. A palavra-chave é "**Tech-Clean**" (Limpo e Tecnológico).

#### **1. Filosofia de Design: "Foco" na Interface**

A interface não deve competir por atenção; ela deve *guiar* a atenção. Usaremos muito

"espaço negativo" (espaço em branco, ou melhor, em preto) para criar uma sensação de calma e foco, permitindo que os elementos importantes brilhem.

## 2. Paleta de Cores (Sugestão Atualizada)

A tendência atual para sites "tech" é o **Dark Mode (Modo Escuro)** por padrão. Ele é imersivo, economiza bateria em telas OLED e passa uma sensação "premium" e "futurista".

- **Cor de Fundo (Principal):** Um "quase preto". Evite o preto puro (#000000).
  - Sugestão: **Azul-Noite** (#0a192f) ou **Cinza-Grafite** (#121212).
- **Cor de Texto (Principal):** Um "quase branco".
  - Sugestão: **Branco-Gelo** (#E6F1FF) ou **Cinza-Claro** (#BDBDBD).
- **Cor de Acento (A "Vibe" NeuroRace):** Aqui está nossa personalidade. É a cor que usaremos em botões, links, ícones e gráficos. Precisa ser elétrica, vibrante e digital.
  - Sugestão: **Ciano Elétrico** (#00F6FF) ou **Verde-Neon** (#39FF14).
- **Cores de Suporte (UI):**
  - **Sucesso/Go:** Verde-claro (diferente do neon).
  - **Erro/Stop:** Vermelho-suave.
  - **Neutro/Cards:** Um cinza-azulado um pouco mais claro que o fundo (ex: #1a293f).

## 3. Tipografia (Fontes)

A legibilidade é tudo. Usaremos fontes **Sans-Serif** (sem "pés" nas letras), que são limpas e modernas.

- **Para Títulos (Headings):** Uma fonte com personalidade, mas limpa.
  - Sugestões: **Poppins**, **Montserrat**, ou **Inter** (em peso Bold ou Semi-Bold).
- **Para Corpo de Texto (Parágrafos):** A prioridade é o conforto de leitura.
  - Sugestões: **Inter** (em peso Regular), **Roboto**, ou **Open Sans**.

## 4. Botões e Interações (O "Estilo")

Botões são o principal ponto de interação. Eles precisam ser óbvios e convidativos.

- **Botões Primários (CTAs - "Call to Action"):**

- **Estilo:** Sólidos, preenchidos com a nossa **Cor de Acento** (Ciano ou Verde-Neon).
- **Texto:** Curto, direto e no gerúndio ou infinitivo ("Competir Agora", "Ver Dashboard").
- **Formato:** Cantos levemente arredondados (ex: border-radius: 8px). Nem quadrados, nem pílulas.
- **Botões Secundários:**
  - **Estilo:** "Ghost Button" (Botão Fantasma). Apenas o contorno na **Cor de Acento**, com fundo transparente.
- **Interações (Hover & Click):** Botões modernos têm que reagir ao usuário.
  - **Hover (Mouse em cima):** O botão deve ter uma micro-interação.
    - **Sugestão:** Um leve "brilho" (glow) na mesma Cor de Acento, ou uma sutil mudança de brilho.
  - **Click (Pressionado):** O botão deve visivelmente "afundar" ou mudar de cor para dar feedback instantâneo.

## 5. Navegação (Desktop)

A tendência é a **simplicidade**. Chega de menus com 10 itens.

- **Menu Fixo (Sticky Header):** O menu fica no topo da tela, mesmo quando o usuário rola a página.
  - **Navegação "One-Page":** Para um projeto como o nosso, um site de "Página Única" é uma excelente opção. Os itens do menu (Ex: "O Jogo", "Tecnologia", "Competição") não levam a outras páginas, mas **rolam suavemente** para a seção correspondente na mesma página. Isso conta uma história de forma linear e fluida.
- 

## IV. O Foco Principal: Mobile-First (Smartphones)

Esta é a regra mais importante do design web atual. **Hoje, desenhamos primeiro para o celular (Mobile-First) e depois adaptamos para o desktop.** Se o site não for perfeito no celular, ele falhou.

### O que é "Navegação Fluida" no Smartphone (Tim Tim por TimTim)

1. **Layout Responsivo (Empilhamento):** O conteúdo deve se adaptar a qualquer tamanho

de tela. O que são 3 colunas lado a lado no desktop, vira 3 blocos empilhados verticalmente no celular. O texto deve ser grande e legível, sem precisar dar "zoom" com os dedos.

**2. O Menu "Hamburger" (Feito do Jeito Certo):**

- O menu principal do desktop desaparece e dá lugar ao ícone "Hamburger" (três linhas).
- **A Experiência de Clique:** Ao tocar no ícone, o menu não deve ser uma lista feia e simples.
- *Sugestão Moderna:* O menu deve ser um "drawer" que desliza elegantemente da lateral, ou uma camada "fullscreen" que cobre a tela com as opções de menu centralizadas, usando a mesma tipografia e cores do site. A animação deve ser rápida e suave.

**3. "Áreas de Toque" (Touch Targets) Amigáveis:**

- Isso é crucial. Ninguém gosta de tentar acertar um link minúsculo com o dedo.
- **Regra:** Botões e links devem ser "gordos" no celular. Eles precisam ter uma área de toque grande e espaçamento suficiente entre eles para evitar cliques acidentais.

**4. Performance Rápida:**

- Navegação fluida também significa **velocidade**.
- O site deve carregar instantaneamente no 4G. Isso significa:
  - Imagens otimizadas (formatos modernos como .webp).
  - Sem vídeos pesados tocando automaticamente (autoplay).
  - Carregar apenas o código (scripts) essencial para a página.