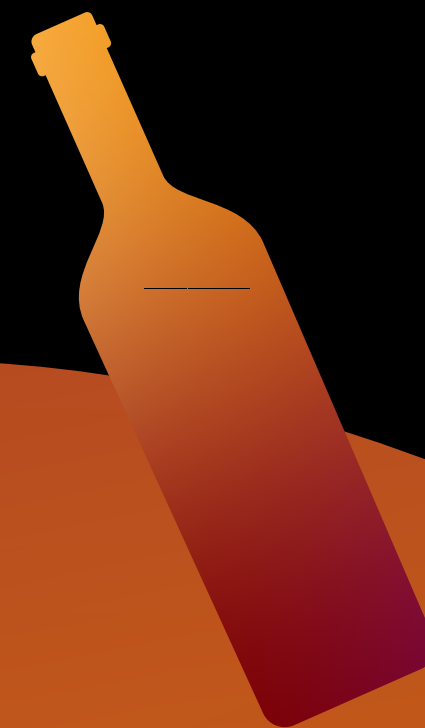


**BRAND  
BOOK**

**MUSIC**  
*& Wine*



# Índice



## 1- Introdução

Contexto do Evento

---



## 2- Identidade Verbal

2.1 - Tom de voz

2.2- Linhas de postagens

---



## 3- Conceito

Referências Visuais



## 4 - Identidade Visual

4.1 - Logotipo

4.2 - Disposição

4.3 - Cores

4.4 - Aplicação em fundo

4.4- Logotipo

4.5 - Tipografias

---

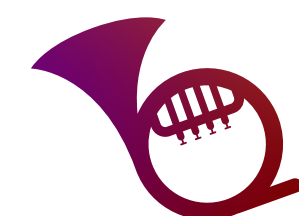


## 5- Aplicações

5.1 - Peças instagram

5.2 - Mockup

---



## 6 -Canais de Comunicação



# 1- Introdução

## Contexto do Evento

---

O Music & Wine vem para movimentar a cidade de Bananeiras no brejo paraibano em pleno feriadão de Páscoa com música e vinho, oferecendo diversão e cultura às famílias que irão passar o feriado em suas casas de veraneio, assim como possíveis turistas que estarão visitando a cidade. A ideia do evento é trazer entretenimento musical enquanto os participantes desfrutam de vinho e comidas enquanto conhecem mais sobre a produção da bebida em diversos países.



# 2- Identidade Verbal

## 2.1 - Tom de voz

Tom	Descrição	Justificativa
Erudito	<i>“Ao tratar assuntos com profundidade, consegue criar o sentimento de curiosidade, assim como gerar discussões enriquecedoras. Assuma a posição de referência.”</i>	Para estabelecer a impressão de expertise nos temas do evento, faz-se necessário tratar com domínio os tópicos através da comunicação, criando interesse a partir do conhecimento.
Apixonado	<i>“Encantar para conquistar. A atmosfera criada é cativante e consegue inebriar. Como resultado, ao se relacionar, gera vínculos pessoais e incita o desejo.”</i>	O evento tem temas de alto impacto relacional (uma bebida apreciada e entretenimento comum a todos), assim, traduzir a relação por meio de empatia e paixão atribui uma conexão de afeição e identidade com o público.
Insurgente	<i>“Nada é absoluto. Criar algo novo e contrário ao que se via como definitivo é validar a possibilidade de inúmeras outras realidades que independem do status quo.”</i>	Apesar de ser possível notar nuances comuns entre música e vinho, pode ser necessário atribuir destaques ao tema musical para obter originalidade perante os concorrentes e trazer correlações inusitadas entre os produtos, agregando valor erudito.
Requintado	<i>“Ser elevado e manter uma fala rebuscada faz com que o seu valor esteja associado ao distanciamento e ao desejo perante o inalcançável. A posição que ocupa gera interesse e cobiça.”</i>	Os temas em questão fazem com que o requinte e a sofisticação traduzam de forma eficaz a intenção do evento. Colabora com a ideia de exclusividade, algo que é alcançado e compreendido por poucos, ideal para alcançar um público de maior poder aquisitivo.
Sedutor	<i>“Alimente o desejo de estar contigo. Valorize os pontos positivos e gere a vontade de se ter uma jornada compartilhada. O ímpeto dita as ações a serem tomadas.”</i>	Música e vinho são temas de entretenimento relacionados ao dionisiaco: despertam desejo e experiência. Assim sendo, um tom sedutor é ideal para trabalhar esta oportunidade ao tema.



## 2- Identidade Verbal

### 2.1 - Linhas de Posts para Instagram

---

#### - Introdutória/Preparatória

É a linha inicial de postagens, introduzindo a marca, seus temas e valores. As postagens podem seguir um tom de mistério assim como ambientar os temas através de background e intenção de comunicação. Usa-se os tons de sedução e requinte.

#### - Convidativa/Call to Action

Esta linha de postagem é dedicada à venda do evento. Deve-se seguir com postagens que atraiam o público, promovam interações e os leve para outros canais (symppla e twitter) e se inscreva no evento. Usa-se tons de sedução, paixão e requinte.

#### - Informativa

Nesta linha de postagem deve-se trazer conteúdos informativos a respeito dos temas: curiosidades, pesquisas, trendings e informações relevantes. Através desse recorte se estabelece o tom de expertise e passa-se credibilidade ao público. Usa-se tons de eruditismo, requinte e insurgência.

#### - Divulgativa

Esta é a linha dedicada a divulgar o conteúdo próprio do evento: atrações, convidados, patrocinadores, parceiros, local e afins. Deve-se ter um teor de empolgação e enaltecimento do conteúdo. Usa-se tons de paixão, sedução e requinte.



### 3- Conceito

### Referências Visuais

---



### Album do James Francies

Purest Form, That Man de  
Caro Emerald, Montreux  
Restart Jazz Festival 2021



# 3- Conceito

## Referências Visuais



## Festival Québec Jazz en Juin



## 4- Logotipo

---

**MUSIA**  
& *Wine*





## 4- Logotipo

42 Disposição

---

Vertical

**MUSIC**  
*& Wine*

Horizontal

**MUSIC** *& Wine*



## 4- Logotipo

### 4.3 Cores

Para a composição de cores, decidimos utilizar cores relacionadas com o tema do vinho: o bordô é uma cor quente que representa o tom dos vinhos tintos, transmite as sensações de paixão, entusiasmo e ânimo. O roxo vincula-se com a matéria prima do vinho, passando as interpretações de luxo, sabedoria e mistério. Em complemento a estas cores, usamos o laranja e suas variações para equilibrar o impacto do bordô, mas transmitindo sensações semelhantes de maneira mais agradável.

As cores são usadas em gradiente para transmitir dinâmica e movimento à identidade visual.



#E74D1B



#F2B165



#7C0000



#6C0070



## 4- Logotipo

### 1.4 Aplicação em fundo

---





## 4- Logotipo

### 4.4 Aplicação em fundo

---

MUSIC & Wine

MUSIC & Wine

MUSIC & Wine

MUSIC & Wine

MUSIC & Wine

MUSIC & Wine

MUSIC & Wine

MUSIC & Wine



# 4- Logotipo

## 4.5 Tipografia

**MUSIC** & *Wine*

**MUSCULAR STRENGTH**  
**Bold**

A B C D E F G H I  
J K L M N O P Q  
R S T U V W Y Z

*Billion Dreams*  
*Regular*

A B C D E F G  
H I J K L M  
N O P Q R S  
T U V W Y Z



## 5- Aplicações

### 5.1 Instagram





# 5- Aplicações

## 5.2 Mockup





# 5- Aplicações

## 5.2 Mockup







# 5- Aplicações

## 5.2 Mockup





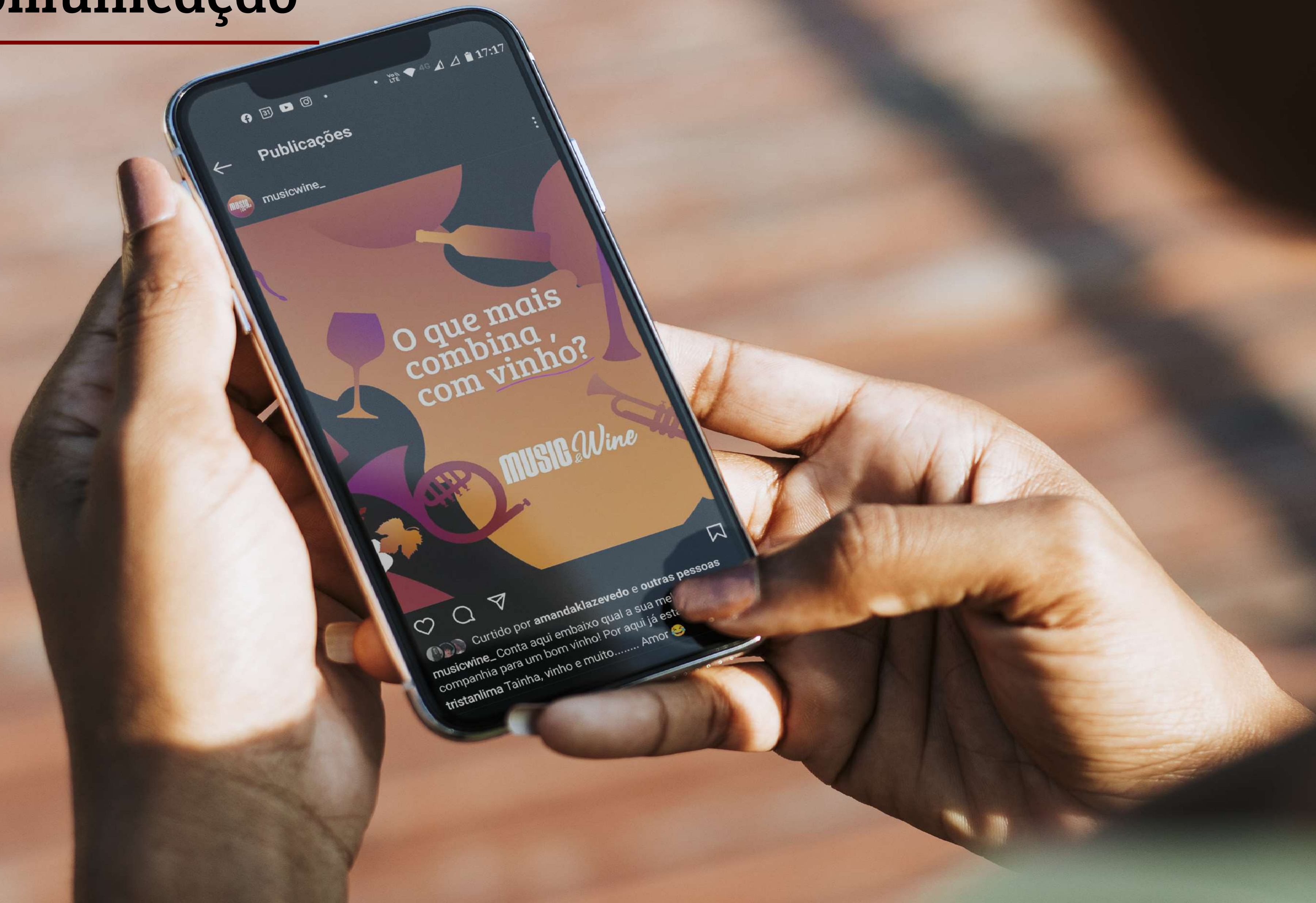
# 5- Aplicações

## 5.2 Mockup





## 6 - Canais de Comunicação





# MUSIC & Wine



## REDAÇÃO

Tristan Lima

## DESIGN

Thailiná Ferreira

## DIREÇÃO DE MARKETING

Lucas Monguilhott