



MANUAL DE MARCA

Proposta de rebranding: identidade visual, sistema de cores, tipografia e aplicações.

SUMÁRIO

Por que mudar	03
Posicionamento	04
Alternativas de marca	05
Variações de logotipo	06
Marca primária e construção	07
Respiro e tamanho mínimo	08
Versões e fundos	09
Usos incorretos	10
Paleta · tema claro	11
Paleta · tema escuro	12
Tipografia	13
Escala e hierarquia	14
Fotografia e imagem	15
Redes sociais	16
Mídia física	17
Audiência e alcance	18
Formatos de patrocínio	19
Contato	20

A EMISSORA

Frequência

94,3 MHz FM

Praça

Serra Talhada e região · Pernambuco

No ar desde

Final de 2007

Agência responsável

JELUX

Portal

vilabelaonline.com

AQUI É DIFERENTE!

O slogan permanece. Ele já é reconhecido na praça e passa a ser tratado como assinatura verbal fixa da marca.

Este documento define como a marca Vilabela FM 94,3 deve ser aplicada em qualquer peça, por qualquer pessoa ou fornecedor. Em caso de dúvida não coberta aqui, consulte a direção antes de publicar.

01 POR QUE MUDAR

A marca atual cumpriu seu papel por quase duas décadas, mas foi desenhada para um contexto de mídia impressa e adesivo. Hoje a Vilabela vive em tela pequena, vídeo vertical e avatar de 40 pixels. O rebranding não troca a identidade da rádio: reduz o ruído para que ela sobreviva a esses formatos.

HOJE

Contorno duplo e sombra no lettering, que somem em tamanho pequeno.

O "94,3" fica solto, em corpo muito reduzido e fora da leitura principal.

Símbolo com volume e degradê: exige fundo claro e impressão de qualidade.

Sem versão monocromática definida para fachada, bordado e brinde.

Vermelho e amarelo em áreas grandes e saturadas competem com o conteúdo.

PROPOSTA

Lettering sólido, sem contorno, sem sombra e sem degradê.

O "94,3" vira bloco de assinatura: legível e inseparável do nome.

Símbolo reduzido a duas formas chapadas, funcional a partir de 16 px.

Conjunto completo de versões: cor, negativa, monocromática e ícone.

Vermelho e amarelo viram acento sobre neutros quentes, não fundo padrão.

16px

Menor tamanho em que a marca precisa continuar legível (favicon, ícone de app).

1 cor

Versão obrigatória para bordado, gravação a laser e serigrafia de baixo custo.

9:16

Formato em que a maior parte da audiência encontra a marca hoje.

02 POSICIONAMENTO

A ÚNICA RÁDIO DE SERRA TALHADA COM PROGRAMAÇÃO LOCAL O DIA TODO.

Uma mistura dinâmica de música, informações e esportes destacando o cotidiano de Serra Talhada e região. É essa proximidade, e não o alcance, que a identidade precisa comunicar.

TERRITÓRIOS

Música

Jornalismo local

Esportes

Humor

Promoções

Serviço

ATRIBUTOS DA MARCA

Popular, não vulgar. Fala a língua da rua sem baratear o desenho.

Alegre, não barulhenta. A energia vem do ritmo, não da quantidade de cor.

Local, não provinciana. Acabamento de emissora grande, pauta de vizinho.

OUVINTE

Quer saber o que aconteceu na cidade hoje e ouvir a música que gosta sem trocar de estação.

ANUNCIANTE

Compra proximidade: quer a voz do locutor que o cliente dele escuta todo dia de manhã.

COMUNIDADE

Usa a rádio como canal de serviço e cobrança pública. A marca precisa transmitir credibilidade.

TOM DE VOZ

Direto, de primeira pessoa, sem jargão. Frases curtas no ar e na legenda. O nome da cidade aparece cedo. Ironia leve é permitida; deboche com pessoa real, não.

ASSINATURA VERBAL

AQUI É DIFERENTE!

03 ALTERNATIVAS DE MARCA

Três caminhos construídos sobre o mesmo alfabeto e a mesma paleta. As páginas seguintes detalham a alternativa recomendada; trocar de rota exige apenas refazer o lockup, não o sistema.

A RECOMENDADA		Bloco 94,3 Lettering sólido com a frequência em bloco chapado. O bloco vira selo reutilizável em vinheta, avatar e carimbo de patrocínio.
B		Barra de sintonia Uma régua amarela separa nome e frequência. Mais sóbrio, mas depende de largura: sofre em avatar quadrado.
C		Monograma V Preserva o "V" de bandeira da marca atual, chapado em duas cores. Melhor herança visual, frequência menos protagonista.

04 VARIAÇÕES DE LOGOTIPO

Seis construções derivadas da marca primária, cada uma com um uso definido. **Antes de criar qualquer peça, consulte esta página e escolha a variação prevista para o formato.** Não é permitido montar uma composição nova a partir das partes.



Horizontal · oficial. Padrão para papelaria, site, rodapé de vídeo e assinatura comercial.



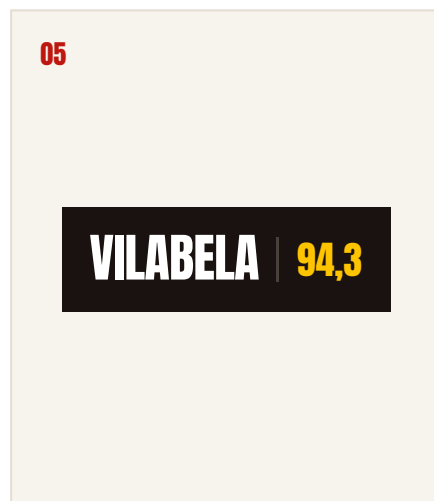
Vertical. Espaços estreitos e quadrados: banner lateral, crachá, placa de mesa.



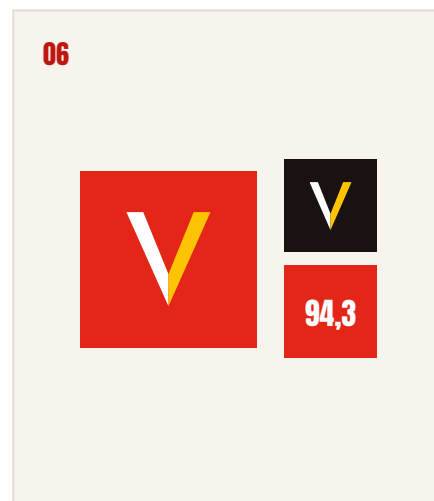
Bloco à esquerda. Quando a frequência precisa liderar a leitura: carro, fachada e outdoor.



Selo quadrado. Avatar de rede social, ícone de app, espuma de microfone e adesivo.



Faixa. Marca d'água em vídeo, rodapé de arte e crédito sobre foto.



Monograma V. Reduções extremas, bordado, favicon e gravação em brinde.

REGRA DE USO

Uma variação por peça. Todas seguem a mesma área de respiro de 1X e os mesmos tamanhos mínimos das páginas seguintes. Variação não prevista aqui precisa de aprovação da direção e da agência antes de ir para produção.

ARQUIVOS

Cada variação é entregue em SVG, EPS e PNG, nas versões positiva, negativa e monocromática.

05 MARCA PRIMÁRIA

O lockup horizontal é a versão oficial. Use-o sempre que houver largura disponível; para os demais formatos, consulte as variações da página 06. Suas proporções são fixas: nenhum elemento pode ser movido, redimensionado ou recolorido isoladamente.



1 - DESCRITOR

"Rádio" em Work Sans Medium, caixa alta, entreletra 0,46em. Altura igual a 1 módulo da malha.

2 - LOGOTIPO

"VILABELA" em Anton, caixa alta, entreletra -1,4%. Nenhum contorno, sombra ou degradê.

3 - BLOCO DE FREQUÊNCIA

Altura igual à altura de caixa alta do logotipo, alinhado pela base. A vírgula é obrigatória: 94,3.

VERSÃO VERTICAL

Para espaços estreitos e quadrados: descritor, logotipo e bloco empilhados e alinhados à esquerda. Nunca centralize o conjunto.



06 RESPIRO E TAMANHO MÍNIMO

A unidade de medida é **X**, a altura do bloco de frequência. Tudo no sistema deriva dela, em qualquer escala de reprodução.



Nenhum texto, foto, borda ou logotipo de terceiro pode invadir a área tracejada. Em peças cooperadas, a margem mínima entre a Vilabela e a marca do parceiro também é 1X.

IMPRESSO

VILABELA 94,3

25 mm

largura mínima do lockup

TELA

VILABELA 94,3

90 px

largura mínima do lockup

ABAIXO DISSO



Use o selo 94,3 ou o monograma V. Nunca reduza o lockup completo além dos limites ao lado.

CONVIVÊNCIA COM OUTRAS MARCAS

VILABELA 94,3

parceiro

Marcas de terceiros ficam sempre à direita, separadas por um filete e por 1X de respiro. A altura da marca parceira nunca ultrapassa a altura de caixa alta do logotipo Vilabela.

07 VERSÕES E FUNDOS

Escolha a versão pelo fundo, não pelo gosto. A regra é simples: o logotipo assume a cor de maior contraste disponível e o bloco de frequência mantém o vermelho sempre que o fundo permitir.

VILABELA 94,3

POSITIVA · FUNDO CLARO

VILABELA 94,3

NEGATIVA · FUNDO ESCURO

VILABELA 94,3

SOBRE VERMELHO · BLOCO AMARELO

VILABELA 94,3

SOBRE AMARELO · LOGOTIPO PRETO

VILABELA 94,3

Monocromática. Bordado, gravação, fax, carimbo e jornal em preto e branco.



Ícone e avatar. Sempre quadrado e chapado. Nunca corte o lockup para caber no círculo.



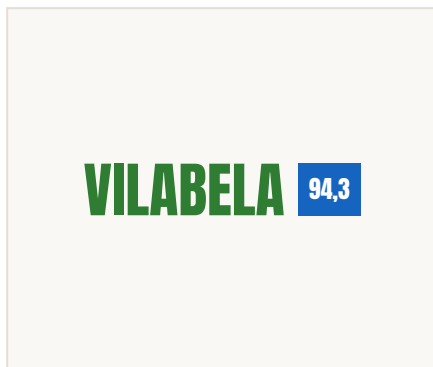
Sobre foto. Apenas a versão negativa, dentro de uma caixa sólida ou sobre área escura da imagem.

08 USOS INCORRETOS

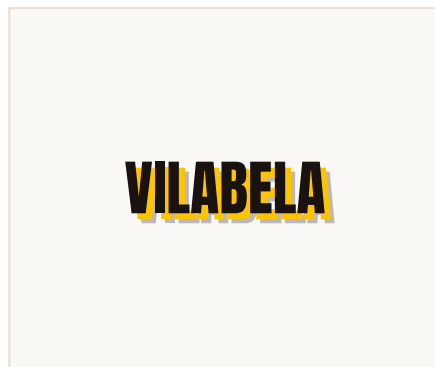
Os erros abaixo são os que mais aparecem em peças feitas fora da casa. Nenhum deles é aceitável, nem em material temporário.



Não distorça, estique ou condense o logotipo.



Não recolora fora da paleta oficial, nem em datas comemorativas.



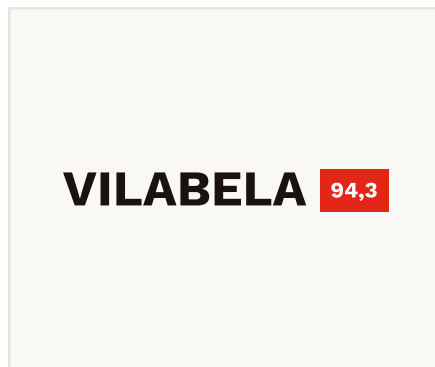
Não aplique sombra, contorno, relevo ou brilho.



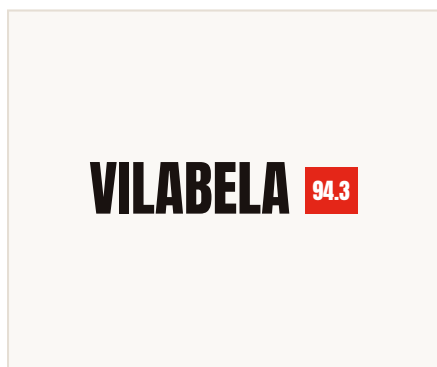
Não rotacione nem aplique a marca na diagonal.



Não use a marca com transparência ou sobre fundo que reduza o contraste.



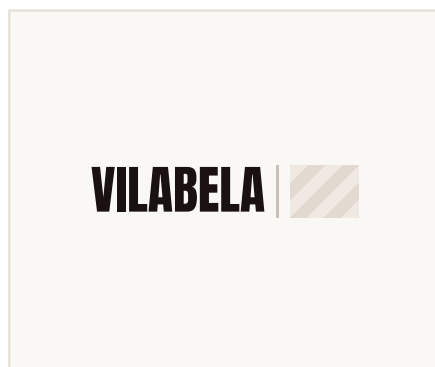
Não redigite a marca em outra fonte. Use sempre o arquivo original.



Não escreva 94.3 com ponto, nem 94,3 FM dentro do bloco.



Não altere o espaçamento nem a posição entre os elementos do lockup.



Não encoste marcas de parceiros sem respeitar a área de respiro de 1X.

EM CASO DE DÚVIDA

Se a aplicação não estiver prevista neste manual, use o lockup positivo sobre fundo branco e envie a peça para aprovação antes de publicar. Nenhuma adaptação da marca pode ser criada por fornecedor sem autorização da direção.

09 PALETA - TEMA CLARO

O vermelho e o amarelo históricos permanecem, com ajuste de saturação para reprodução em tela. A diferença está na proporção: os neutros quentes passam a ocupar a maior parte da peça.

VERMELHO VILABELA

HEX #E42618 · RGB 228 38 24

CMYK 0 92 100 0 · PANTONE 485 C

AMARELO PAJEÚ

HEX #FFC400 · RGB 255 196 0

CMYK 0 24 100 0 · PANTONE 7548 C

Preto Sertão

#191210

Grafite

#4A403B

Cinza Caatinga

#8C8079

Areia

#F7F3ED

PROPORÇÃO DE USO



Branco e areia 82% · vermelho 12% · amarelo 6%. O amarelo é acento de destaque, nunca fundo de bloco de texto longo.

ACESSIBILIDADE

Texto vermelho sobre branco: #E42618 a partir de 18px. Abaixo disso, use o Vermelho Texto #BE1710.

Texto preto sobre amarelo: aprovado em qualquer tamanho.

Texto branco sobre amarelo: proibido.

Texto amarelo sobre vermelho: só em corpo display.

10 PALETA · TEMA ESCURO

Modo padrão do player, do app e dos cortes de vídeo. O vermelho institucional escurece demais sobre fundo preto: use o Vermelho Sinal, mais claro, reservando o #E42618 para fundos claros.

VERMELHO SINAL

HEX #FF4A3D · RGB 255 74 61

Uso: ações, live, destaques sobre escuro

AMARELO SINAL

HEX #FFCE33 · RGB 255 206 51

Uso: rótulos, números, estado ativo

Fundo

#120D0C

Superfície

#1F1817

Borda

#332827

Texto

#F5F0EA

PLAYER · EXEMPLO DE APLICAÇÃO



● AO VIVO

VILABELA 94,3

Programação local · Serra Talhada

94,3

REGRA

No escuro, nenhum bloco de cor chapada deve passar de um quarto da tela. O preto é o fundo; vermelho e amarelo marcam o que precisa de ação.

11 TIPOGRAFIA

Duas famílias, ambas gratuitas e disponíveis no Google Fonts. Nenhuma terceira fonte é permitida em peça oficial, incluindo material de parceiros veiculado nos canais da rádio.

ANTON

DISPLAY · MANCHETE · LOGOTIPO

AQUI É DIFERENTE 94,3

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789 ÁÃÂÇÊÊÍÓÔÕÚ ,.!:?

Sempre em caixa alta, entreletra -1,2%, entrelinha entre 0,9 e 1,0. Nunca em texto corrido nem abaixo de 20px.

Work Sans

TEXTO · INTERFACE · LEGENDA

A Vilabela FM é a única rádio de Serra Talhada com programação local o dia todo.

Light 300

Citação, legenda de foto

Regular 400

Texto corrido

SemiBold 600

Subtítulo, rótulo, botão

Bold 700

Ênfase pontual

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 ÁÃÂÇÊÊÍÓÔÕÚ

Entrelinha 1,5 a 1,6 em texto corrido. Rótulos em caixa alta levam entreletra de 0,22em a 0,3em. Nunca justifique o texto.

12 ESCALA E HIERARQUIA

Escala de tela, base 16px, razão 1,25. Em peça impressa, converta proporcionalmente mantendo o corpo de texto em no mínimo 12pt.

DISPLAY 61

MANCHETE

TÍTULO 39

TÍTULO DE SEÇÃO

SUBTÍTULO 25

Subtítulo em Work Sans SemiBold

CORPO 16

Texto corrido de programação, notícia e descrição comercial.

APOIO 13

Legenda de foto, crédito e observação.

RÓTULO 11

AO VIVO · ESPORTES · PROMOÇÃO

GRADE



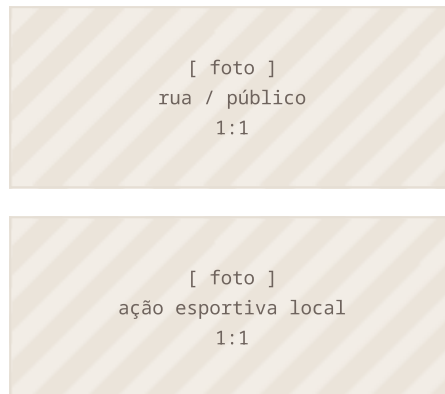
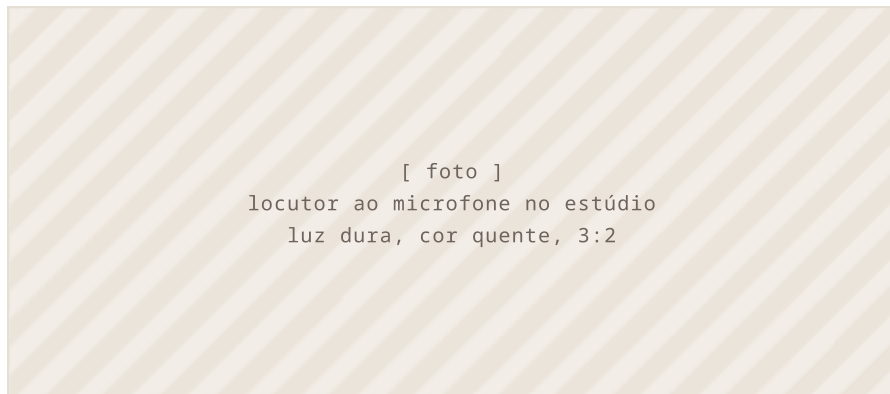
12 colunas em peças largas, 6 em vertical, 4 em stories.
Espaçamento em múltiplos de 8px.

UMA REGRA

Cada peça tem um único elemento em corpo display. Se dois textos disputam a atenção, a peça está errada.

13 FOTOGRAFIA E IMAGEM

A marca é local: a imagem também precisa ser. Pessoa real de Serra Talhada, estúdio real, rua real. Banco de imagem genérico e ilustração 3D saem do sistema.



SIM

Rosto identificável e pessoas reais da praça. Cor natural com leve aquecimento. Enquadramento aberto, com contexto da cidade. Grão e imperfeição são bem-vindos.

NÃO

Personagem 3D, mascote gerada, banco de imagem internacional, filtro saturado, borda colorida ao redor da foto, colagem de muitos recortes na mesma peça.

TRATAMENTO PADRÃO

Corte reto. Sem cantos arredondados, sem moldura, sem sombra projetada.

Texto sobre foto. Apenas em caixa sólida preta ou vermelha; nunca direto sobre a imagem.

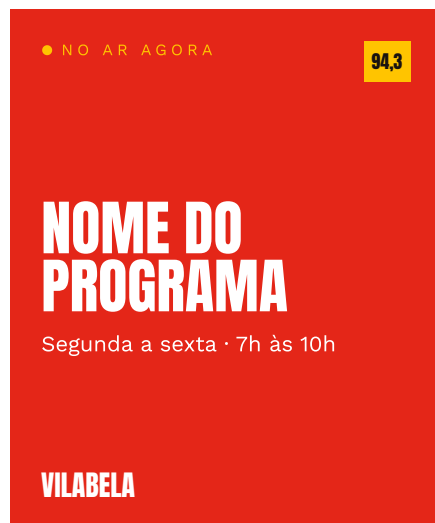
Crédito. Sempre presente, em 11px, alinhado à base da foto.

14 REDES SOCIAIS

Três modelos cobrem quase toda a demanda diária: notícia, no ar agora e promoção. A marca aparece uma única vez por peça, sempre no mesmo canto.



Notícia 4:5. Fundo escuro, foto ao centro, manchete na base.



No ar agora 4:5. Chapado vermelho, sem foto, tipografia grande.



Promoção 4:5. Amarelo reservado a esse uso, com chamada preta.

AVATAR



Selo 94,3 em vermelho. Mesmo avatar em todas as plataformas, sem variação sazonal.

VÍDEO VERTICAL

Marca d'água no canto superior direito, 8% da largura, versão negativa. Legenda em Work Sans SemiBold com caixa preta, nunca no rodapé (a interface cobre).

15 MÍDIA FÍSICA

Na rua a marca é lida em movimento e a três metros de distância. Vale uma informação por superfície: nome, frequência e no máximo um canal de contato.



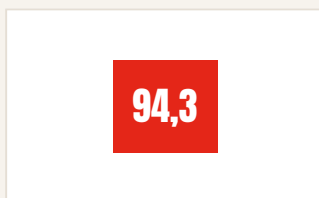
Fachada. Letra caixa em acrílico branco sobre painel preto, bloco vermelho em recorte. Sem iluminação piscante.



Carro e van. Lateral em vermelho chapado, marca centralizada na altura da maçaneta, endereço web na base.



Camiseta e boné: monograma bordado, 4 cm.



Espuma de microfone: selo 94,3 nas quatro faces.



Adesivo de vitrine: versão monocromática recortada.



Brinde e leque: slogan sozinho, sem lockup.

ANTES DE MANDAR PRODUZIR

Arquivo vetorial, nunca JPG ampliado.

Cor conferida em Pantone, não em RGB convertido.

Prova impressa aprovada pela direção.

16 AUDIÊNCIA E ALCANCE

Dados declarados pela emissora. Confira e atualize os números antes de cada apresentação comercial.

APENAS NO INSTAGRAM

**+16,5
milhões**

de visualizações mensais

+2 milhões

de contas alcançadas no mês

+220 mil

interações no mês

+20 mil

inscritos no YouTube

24 h

no ar, com programação local o dia
todo

2007

ano de estreia em Serra Talhada

ONDE A MARCA APARECE

94,3 FM em Serra Talhada e região

vilabelafm.com.br · player web

vilabelaonline.com · portal de notícias

Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, WhatsApp e X

POSIÇÃO

**A RÁDIO MAIS OUVIDA DE
SERRA TALHADA**

17 FORMATOS DE PATROCÍNIO

Estrutura de oferta. Preços, prazos e disponibilidade são definidos pelo comercial e não fazem parte deste manual.

FORMATO	O QUE É	DURAÇÃO	ENTREGA
Spot	Anúncio gravado na grade rotativa	15" / 30"	Áudio
Testemunhal	Leitura ao vivo pelo locutor do programa	40" a 60"	Áudio + vídeo
Patrocínio de quadro	Marca na abertura, no encerramento e nas Mensal vinhetas do quadro		Áudio + vídeo + social
Naming de programa	Nome do patrocinador no título do programa	Trimestral	Pacote completo
Post e story	Conteúdo no feed e nos stories dos canais da rádio	Por peça	Social
Cobertura de evento	Transmissão externa com equipe, marca no palco e nos materiais	Por evento	Pacote completo
Portal	Banner e matéria patrocinada no vilabelaonline.com	Mensal	Digital

ASSINATURA DE PATROCÍNIO

APRESENTA



VILABELA 94,3

A marca do patrocinador nunca é maior que o lockup da Vilabela e nunca divide o mesmo bloco de cor.

NÃO ACEITAMOS

Peça pronta fora da grade tipográfica da rádio, áudio com qualidade inferior a 128 kbps e conteúdo que use a marca Vilabela como endosso sem contrato específico.

FALE CONOSCO

CONTATOS

87 99993-9943
vilabelafm@gmail.com

ENDEREÇO

Galeria Dilva Ferraz, 742
Praça Sérgio Magalhães
Serra Talhada · PE

HORÁRIO

Seg–Sex 8:00 – 18:00
Sáb 08:00 – 12:00

RÁDIO

VILABELA **94,3**