

AGENCIJA CRZA

Brandbook

Brandbook Relações Públicas

Prof.^a Orientadora Helena Jacob



SUMÁRIO:

| | |
|-------------------------|-----------|
| Sobre | Página 1 |
| História | Página 1 |
| Nome | Página 1 |
| Identidade Visual | Página 3 |
| Cores | Página 5 |
| Fontes | Página 7 |
| Manifesto | Página 9 |
| Tom de Voz | Página 11 |
| Voz da Marca | Página 11 |
| Tom da Marca | Página 11 |

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| Missão | Página 14 |
| Visão | Página 14 |
| Valores | Página 14 |
| Boas Práticas | Página 16 |
| Aplicações do Logo | Página 17 |
| Aplicações do Logo Colorido | Página 19 |
| Tamanhos Max e Min | Página 22 |
| Aplicação da Identidade Visual | Página 23 |
| Ícones | Página 24 |
| Aplicações | Página 25 |

SOBRE

Idealizada em 2021 por um grupo de alunos de Relações Públicas da FECAP, a agência experimental CRIA foi desenvolvida com o propósito de auxiliar em projetos acadêmicos. Atualmente, é utilizada para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso e mantém sua essência, criativa, dinâmica e inovadora, contribuindo para que nossos clientes sejam muito mais que um número e sim nosso parceiro e nossa cria.

HISTÓRIA

O nome da agência surgiu com o propósito de materializar uma ideia que vem para representar a juventude brasileira. "Cria" é gíria, e verbo, é representatividade. Ela traz uma linguagem nova dentro de um mercado que se transforma a cada instante. Dessa forma, Cria carrega uma geração criativa, dinâmica e transformadora, que tem como foco sair fora da caixinha, fugir do óbvio e explorar novos horizontes.

NOME



IDENTIDADE VISUAL



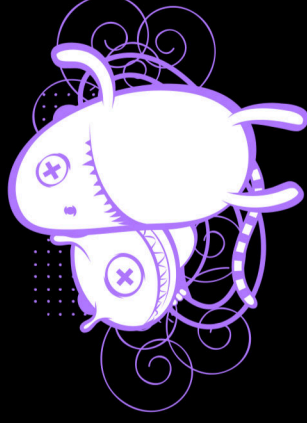
X LOGO

X CORES

X VERSÕES P/B

X FONTES

CRIA



O logo foi desenvolvido com base no conceito que representa a gríria urbana do público jovem, onde proporciona a identidade de marca criativa e dinâmica. Assim, escolhemos trabalhar com lettering para a representação de uma "TAG" (nome dado aos grafites de lettering estilizados nas ruas de São Paulo).

Inspirado nesse conceito de artes urbanas, decidimos trabalhar um logo que seja totalmente adaptável, uma vez que a beleza das tags são suas misturas de cores e técnicas. Portanto, trabalhamos de uma maneira que o logo seja completamente versátil, com cores fortes e de alto destaque. A estratégia busca realçar um contraste em qualquer fundo que esteja inserido, para assim alcançar um meio de transformação para nossa identidade.

CORES

As cores selecionadas foram as verde água claro e lilás, ambas cores terciárias. Decidimos optar por um tom mais claro para destacar em fundos escuros. Além de serem tons chamativos, o mesclado entre elas proporciona um bom desempenho em fundos mais claros também. Abaixo destacamos a comparação entre as cores:

#00DFDB

R - 0
G - 223
B - 219

C: 63%
M: 0%
Y: 25%
K: 0%

#AF78FF

R - 175
G - 120
B - 255

C: 53%
M: 56%
Y: 0%
K: 0%

As cores principais possuem os códigos de #00DFDB (Verde água claro) e #AF78FF (Lilás).

Essas cores tem como objetivo proporcionar um ar de suavidade em equilíbrio com tons chamativos e marcantes, contrastando muito bem ao design e ao conceito que as acompanha.

As versões P/B (Preto e Branco) contam com uma variação das tonalidades para continuar representando os detalhes das tags no contorno do lettering, conforme o esquema abaixo:

#F2F2F2

R - 242
G - 242
B - 242

C: 6%
M: 4%
Y: 5%
K: 0%

#666666

R - 204
G - 204
B - 204

C: 23%
M: 17%
Y: 18%
K: 1%

#000000

R - 0
G - 0
B - 0

C: 91%
M: 79%
Y: 62%
K: 97%

#4D4D4D

R - 77
G - 77
B - 77

C: 62%
M: 52%
Y: 50%
K: 48%



FONTES

AGÊNCIA CRIA

ABCDEF GHIJKL 12345 @*%\$%

Blank River

Optamos por usar uma fonte mais desenhada na criação do logo, com isso decidimos usar a Blank River, por ser uma fonte que tem característica mais "descolada" e ao mesmo tempo possui uma alta legibilidade. Com isso, dá destaque nos principais títulos e simultaneamente compõe como principal meio de representar as características da agência.

Agência Cria

ABCDEF ghijkl 12345 @#\$\$%

Barlow Condensed

Cria Cria Cria Cria Cria Cria Cria Cria Cria Cria

Cria Cria Cria Cria Cria Cria Cria Cria Cria Cria

Com o objetivo de atuar com os textos mais longos trazendo a identidade imponente, decidimos trabalhar com a fonte Barlow Condensed, uma fonte sólida que proporciona um fácil entendimento.

MANIFESTO

Queremos promover marcas mais fortes no mercado, de forma que elas tenham foco principal na representatividade. Agimos com cautela, assertividade e transparência para aquela sua crise. Buscamos estratégias inteligentes para problemas fora do comum. O equilíbrio entre a tecnologia e a humanização. Nosso jeito de atuar está em integrar soluções com pessoas.

Nós somos:

DIFERENTES! NÃO! CRIATIVOS.





VOZ DA MARCA

CRIATIVA

TOM DA MARCA

- ✕ Dinâmica,
- ✕ Engraçada,
- ✕ Extrovertida,
- ✕ Alegre,
- ✕ Clara,
- ✕ Informativa e Útil

O tom de voz da Cria é extrovertido e dinâmico, representando muito a nossa essência, o espírito jovem e criativo que temos. Com o passar dos anos vemos que o jeito de se comunicar vem se adaptando as tecnologias que surgem e com isso temos cada vez mais a presença do jovem. É esse espírito que a Agência Cria quer seguir, o inovador, o diferente e jovial.

Com isso decidimos que a voz da marca deve ser principalmente criativa, porém com o tom sempre claro, alegre, informativo e principalmente útil. Pois como uma agência de comunicação temos o dever de passar as informações corretamente, e que sejam válidas para o crescimento da empresa, figura pública, ou melhorar suas imagens.

Decidimos que se a nossa marca fosse uma pessoa, ela seria uma amiga que sempre dá os melhores conselhos, aquela que você sempre sabe que pode recorrer em um momento delicado. Na linguagem dos jovens atualmente; "Aquele amigo Cria".





13

MISSÃO

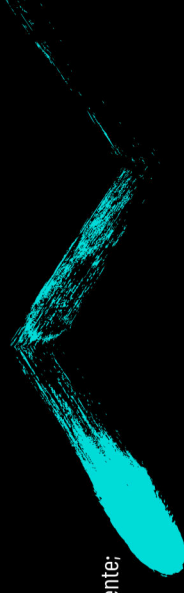
Nosso propósito é fazer com que cada cliente seja reconhecido em seu segmento através da sua essência e posicionamento para que crie conexões sólidas com o seu público. Também buscamos entregar resultados consistentes e auxiliar as marcas a desenvolverem seu propósito.

VISÃO

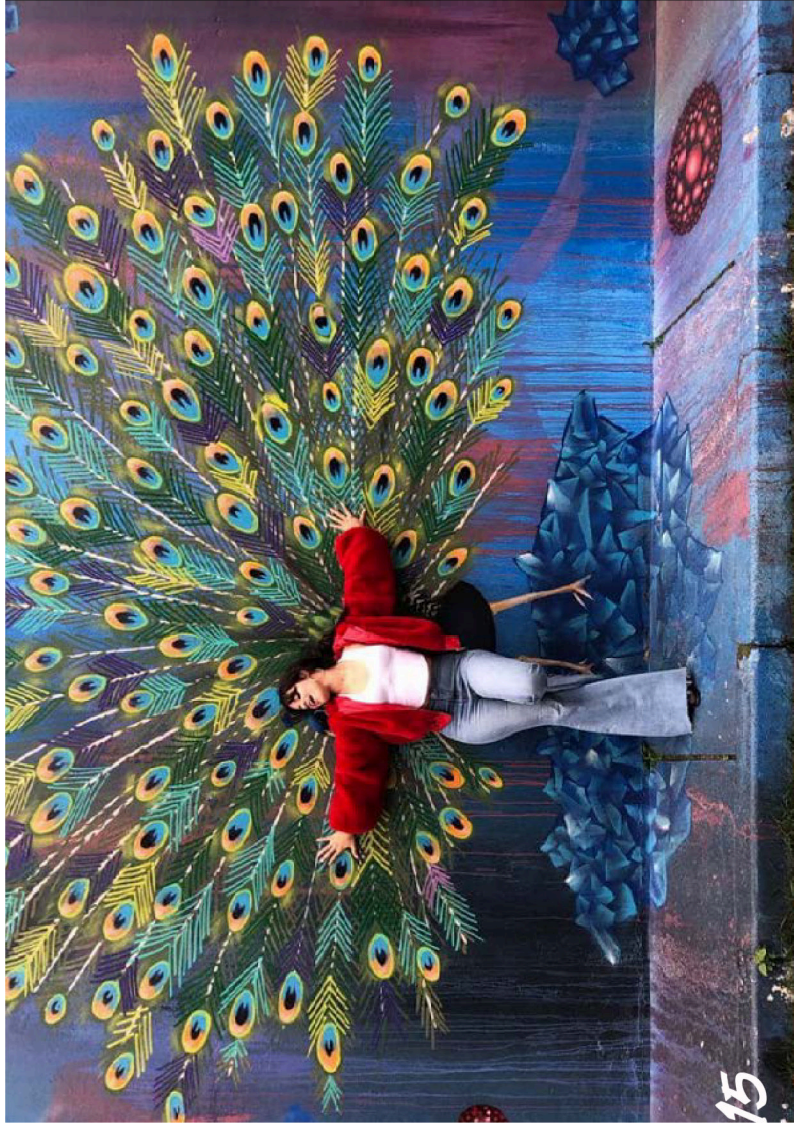
A nossa visão é ser uma agência líder no mercado das Relações Públicas, reconhecida por ter um posicionamento inovador, criativo, inteligente e humanizado, trazendo resultados de destaque, não só para seus clientes como para a agência como um todo.

VALORES

Disruptiva;
Ágil, simples e eficiente;
Humanizada;
Transparente;



14



15

BOAS PRÁTICAS CRIA

O logo da Cria se apresenta em duas versões, em ambas damos um destaque extra para o nome da agência, pois ele simboliza muito bem a nossa essência. Na versão original apresentamos somente o nome com a sua estilização característica de um sombreado com 100% de opacidade, já na versão executiva temos a palavra agência, com o acompanhamento de um grafismo abaixo ou ao lado do lettering original. O detalhe que não pode ser deixado passar é que o grafismo faz um ligação com o nome da agência, isso simboliza um link com as palavras, na sua versão horizontal.

CRIA
Agência

AGÊNCIA
CRIA

16

APLICAÇÃO DOS LOGOS

CRIA **CRIA**

As versões preto e branco devem ser preferencialmente usadas em fundos coloridos, mas podem ser aplicadas em fundos P/B, contanto que sejam as cores contrárias ao fundo.



Versão Original



Refletido



Diagonal



Descentralizado

Sobre as aplicações do logo, a versão original deve ser aplicada somente na horizontal, e jamais deve ser usada refletida.

Para manter a legibilidade do logo ele nunca deve ser aplicado fora da sua versão original, ou seja, suas letras devem estar centralizadas.

Essas mesmas regras valem para suas versões P/B.



O logo original pode ser usado como forma de vetor, para ajudar a compor a identidade visual, importante ressaltar que essa é a única exceção que temos para aplicar o logo cortado. Consequimos utilizá-lo desta maneira porque o lettering usado no logo é inspirado no grafite e isso permite que o mesmo seja utilizado de maneira criativa.

CRIA

APLICAÇÃO DOS LOGOS COLORIDOS

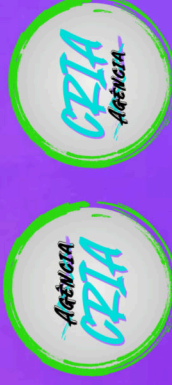
As versões coloridas do logo devem ser aplicadas em fundos coloridos também, pela versão original ter cores fortes, em algumas situações as cores podem não ornar.

A ideia é que o logo, assim como a personalidade da agência, seja dinâmica e criativa, e se adapte ao meio em que está inserida.



A identidade visual como um todo se adapta ao meio, os vetores seguem as cores do logo.

Devemos sempre aplicar essas regras quando o fundo destoa muito das cores originais, ou seja, quando o fundo tem uma cor muito impactante e ideal que toda a identidade seja alterada para que as cores fiquem em contraste com o lugar que esta sendo aplicada.



Versão 0G em cima

Versão 0G embaixo



180º Graus



Vertical

Refletido



Diagonal



Ao lado

As versões do logo que vêm acompanhadas da palavra agência acompanhada devem se aplicadas somente com as cores originais da empresa, sendo assim, esse formato de logo só pode ser aplicado em um fundo neutro (fundo Preto ou Branco). Esta versão segue as mesmas especificações do logo original, sendo sua única aplicação possível sendo na horizontal. Outro ponto importante é que essa versão é com o lettering aplicado em cima ou embaixo, nunca ao lado. Neste caso temos outras regras.

AGÊNCIA CRIA

AGÊNCIA CRIA

O logo também pode ser aplicado na Horizontal, porém seguindo algumas regras. O lettering das palavras deve ser aplicado no mesmo tamanho e nunca separadamente, as palavras devem se ligar pelo vetor que passa atrás da palavra agência.

Além de seguir as mesmas regras das demais versões, de apenas ser aplicado horizontalmente.



Em cima ou Embaixo



Na Frente



Espaçado



Versão Diagonal



Refletido



Versão Horizontal



Versão Vertical



180º Graus

TAMANHO MÁXIMO E MÍNIMO



A versão original do logo não possui limite máximo de aplicação, justamente por ela servir também como um vetor, podendo ser aplicada de uma maneira mais criativa, entretanto para manter a visibilidade a sua aplicação mínima é de 37 x 15 px (10 x 4 mm)

Já sua aplicação na vertical deve ser aplicada no máximo em 215 x 158 px (57 x 42 mm), e sua aplicação mínima deve ser de 79 x 60 px (21 x 16 px), assim preservamos a legibilidade da palavra Agência no mesmo.

O logo na horizontal pode ter a aplicação máxima de 839 x 215 px (222 x 57 mm) e sua aplicação mínima de 37 x 15 px (25 x 5 mm)



Não possui limite máximo

37 x 15 px



215 x 158 px

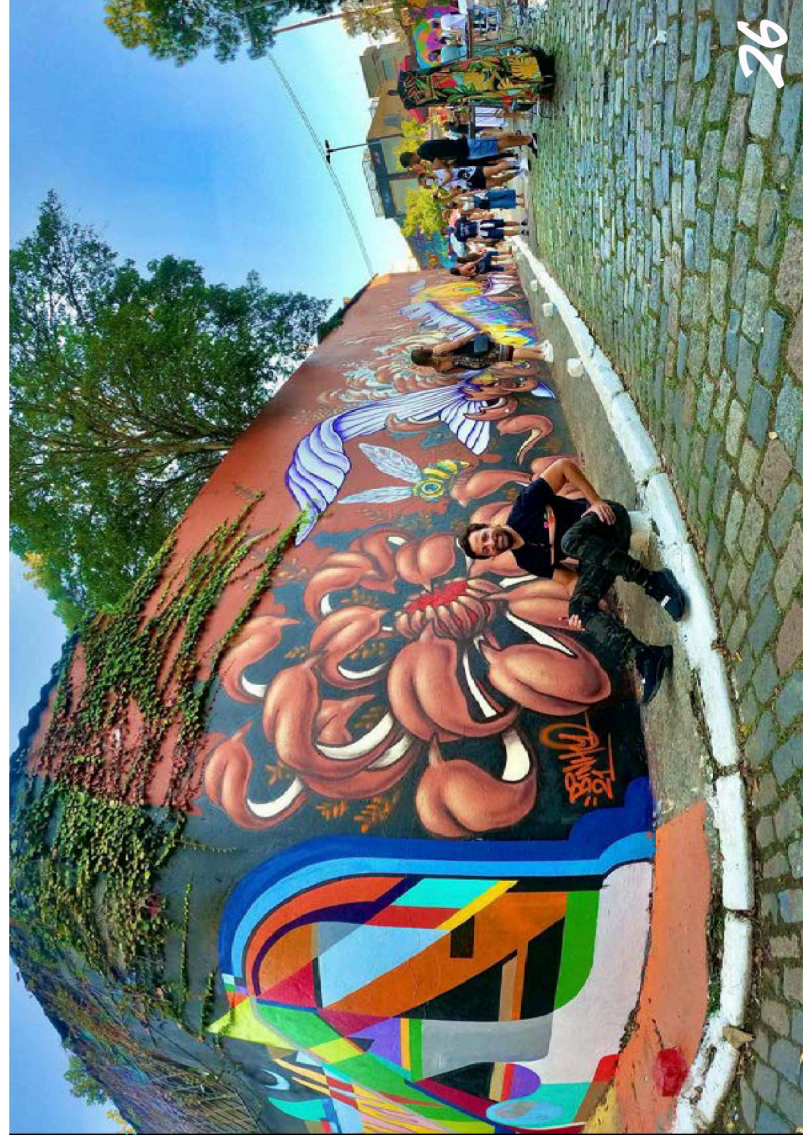
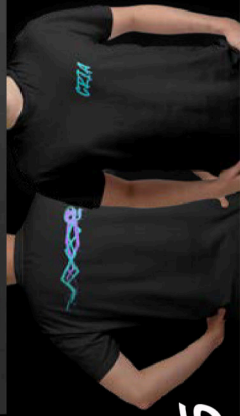
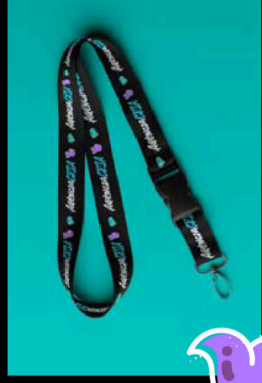
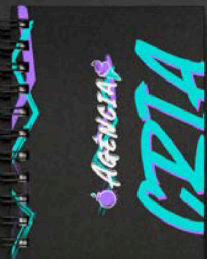
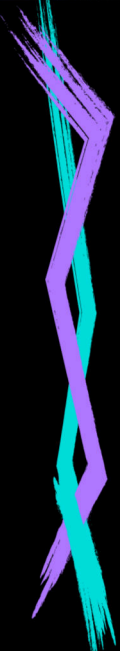
79 x 60 px



839 x 215 px

37 x 15 px

APLICAÇÕES



AGÊNCIA CRIA

Obrigado =)