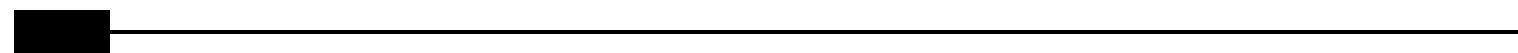


JULYA CRISTINA MENDES DOS SANTOS

2022

EDITORIA ARARA AZUL

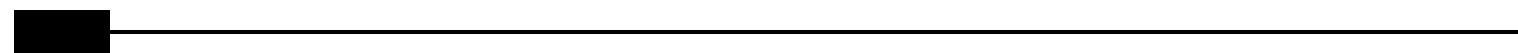
DANDO ASAS A LITERATURA



EDITORA ARARA AZUL

DANDO ASAS A LITERATURA

Trabalho apresentado à matéria de Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso (PTCC) para a ETEC DE CARAPICUÍBA, como requisito de obtenção de nota para o Curso Técnico de Comunicação Visual – Tarde.
Orientadores: Profa Me Agnacilda Rocha/PTCC e Profa Dra Carolina Marielli Barreto/DTCC



Julgue um Livro
pela Capa: Editora
Arara Azul.

Introdução	04
Objetivo	05
Justificativa	06
Dados	07
Apresentação	09
Referências Imagéticas	11
Público-Alvo	12
Persona	13
Manual de Identidade Visual	14
Referências	55
Anexos	57

Índice

INTRODUÇÃO

Este trabalho busca estimular o hábito de leitura na juventude. Propondo o desenvolvimento da identidade visual da marca Arara Azul, editora de livros fictícios nacionais de artistas.

O escritor e poeta Jorge Luís Borges diz que “*a literatura existe através da linguagem, ou melhor, apesar da linguagem*” e é com essa frase que reforçamos a função da literatura como qualquer outra arte: quando nos apropriamos dela, nos tornamos mais humanos e passamos a ver o mundo de forma global, ou seja, interpretamos melhor a vida. É a arte que nos permite fugir da realidade.

A editora Arara Azul dá asas à literatura e à imaginação dando oportunidades a trabalho de jovens autores independentes nacionais.

OBJETIVO

Atrair os olhos do público jovem para a literatura independente nacional através do design.

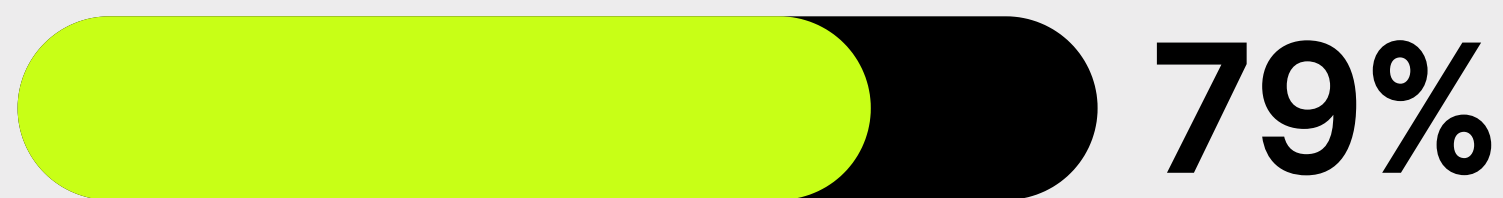
OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Criar uma Identidade Visual que promova a identificação do público alvo para com a marca;
- Elaborar materiais de divulgação e marketing associados aos sentidos humanos.

✦ JUSTIFICATIVA

O design juntamente com o marketing tem a **força de influenciar**, a embalagem é o primeiro contato do consumidor com o produto e a sensação que ela provoca poderá decidir uma compra, independente do conteúdo desta embalagem. Isto porque se supõe o conteúdo pela embalagem. São sensações não totalmente conscientes, mas que norteiam as ações humanas, seus hábitos e consumo. Quando falamos de livros, a capa e o título são o primeiro contato que o leitor terá com a obra.

Nesse cenário, planejamento gráfico eficiente, rótulo informativo e formato moderno são essenciais para despertar o interesse do consumidor. E existem diversas técnicas para tornar um produto atraente pela embalagem. O que ele vê primeiro deve incitá-lo a abrir e, efetivamente, consumir o livro.



dos brasileiros experimentaram um novo produto porque a embalagem chamou sua atenção na prateleira da loja.

Pesquisa "**Packaging Matters**", da MeadWestvaco Corporation.

//06

PROBLEMATIZAÇÃO

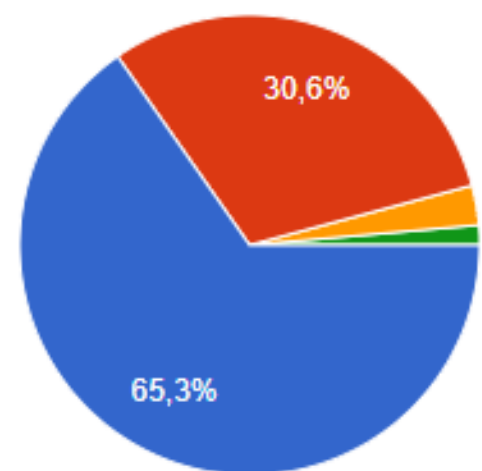
Nos últimos anos, o Brasil perdeu leitores, crianças e adolescentes estão lendo menos livros, segundo pesquisa Retratos da Leitura no Brasil ao comparar 2015 e 2019.

A pesquisa Retratos da Leitura no Brasil é realizada pelo Instituto Pró-Livro (IPL), Itaú Cultural e IBOPE Inteligência, e considera o leitor toda pessoa que leu, inteiro ou em partes, pelo menos um livro nos últimos 3 meses antes de sua realização.

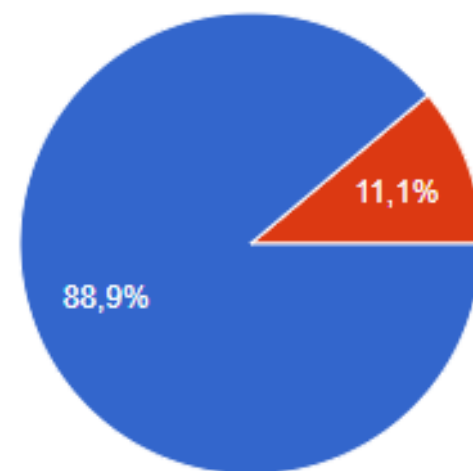
Ao considerar a faixa etária, o maior percentual de queda (**8%**) acontece entre os jovens de 14 a 17 anos e de 18 a 24 anos. A televisão, a internet e as redes sociais aparecem como principais atividades realizadas no tempo livre, competindo com a leitura. A queda foi apontada no índice de leitura de todas as faixas etárias de crianças e adolescentes. Entre os jovens de 14 aos 17 anos, a taxa de leitores de livros em geral foi de 71%, enquanto em 2007, ano da última pesquisa, este número era de 82%. Dos 18 aos 24 anos, o índice, que era de 61%, diminuiu para 53%.

DADOS

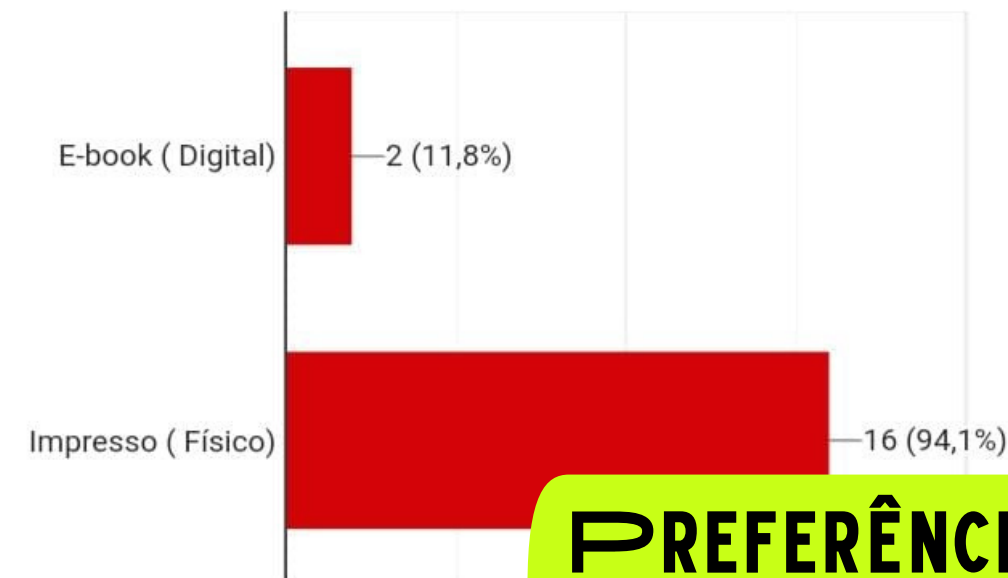
PESQUISA DE CAMPO



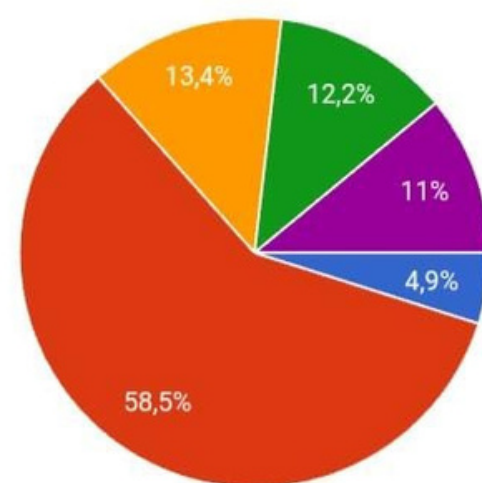
IDENTIDADE DE GÊNERO



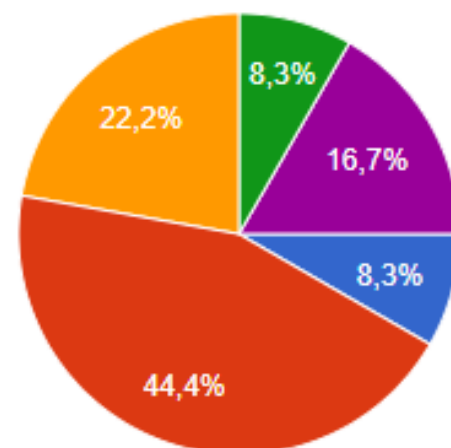
A CAPA INFLUÊNCIA



PREFERÊNCIA DO FORMATO



FREQUÊNCIA DE LEITURA



IDADE

✦ **A PRESENTAÇÃO**

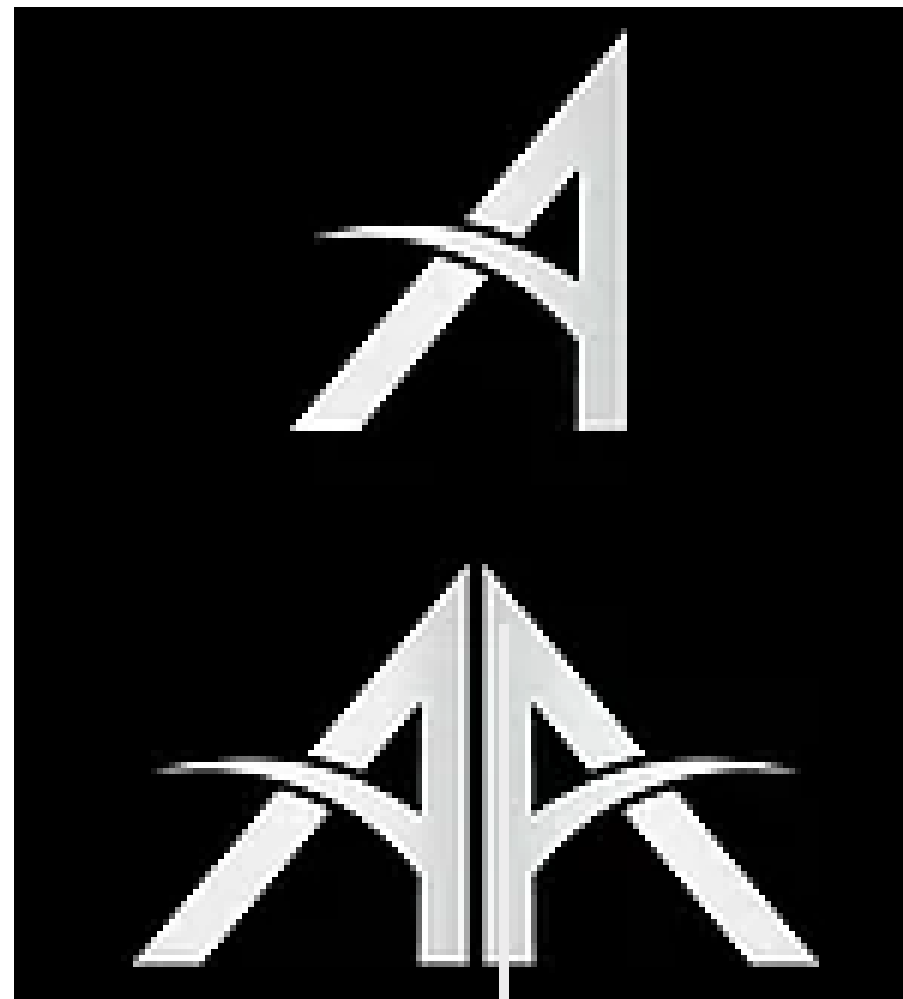


✦ **A PRESENTAÇÃO**



★ REFERÊNCIAS IMAGÉTICAS

LOGOTIPO



Iniciais da Marca.



Pena da ave.

✦ PÚBLICO-ALVO

O público-alvo deste projeto são os jovens brasileiros entre 14 e 24 anos que gostam de ler e/ou escrever livros do gênero **ficção**.

De acordo com dados da **Folha**, o gênero literário mais popular em nosso país é o de ficção.



★ PERSONA

CAROLINA RODRIGUES



- 19 anos.
- Solteira.
- Estudante de artes visuais.
- Aprendeu a ler com os quadrinhos "Turma da Mônica" e possui grande apego emocional com a história.
- Uma garota extremamente animada que frequentemente sai à noite para socializar com amigos, entretanto, também gosta de ficar em casa lendo ou assistindo filmes.

//13

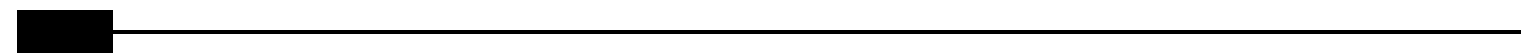
JULYA CRISTINA MENDES DOS SANTOS

2022

**MANUAL DE
IDENTIDADE**

EDITORA ARARA AZUL

DANDO ASAS A LITERATURA





SUMÁRIO

01 Identificação

02 Briefing

03 Garantia

04 Conceito

05 Princípios

06 Versões da Marca

07 Grid de Construção

08 Tipografia

09 Cores Institucionais

10 Redução Máxima

11 Fundo Inconstante

12 Fundo Colorido

13 Proibições

14 Aplicação

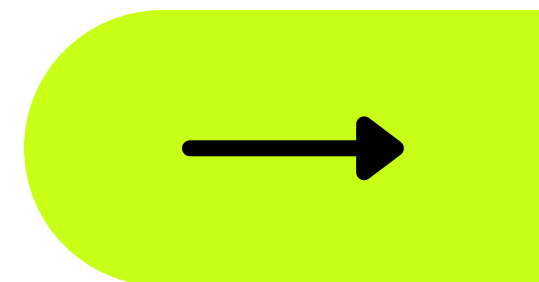
15 Protótipo do Site



CAPÍTULO 1

✦ IDENTIFICAÇÃO

Atuação	Produção, divulgação e distribuição.
Site	editorararazul.com.br
E-mail	ararazul@support.com
Contato	(11) 9 9123-4567



BRIEFING

A Editora Arara Azul surgiu com o intuito de atrair o público jovem a consumir mais literatura nacional, e por essa razão visa transmitir uma imagem moderna e criativa.

Em meio a tantas plataformas on-line, a ideia é nadar contra o fluxo, lutando com o algoritmo do mundo tecnológico, buscando elementos sensoriais nas peças de divulgação, como destacar o cheiro de livro novo. O intuito é promover o que a internet não oferece: **o contato com o livro.**



GARANTIA

A garantia deste projeto de identidade visual da marca “Arara Azul” depende do cumprimento das normas e regras estabelecidos no mesmo.

O mau uso e transgressão das recomendações como má aplicação, mudança de cores e distorção da marca acarretará na perda da identidade construída ao longo do projeto.

Desta forma, para que o sucesso e resultados positivos do projeto, dependerá do cumprimento correto de ambas as partes envolvidas na manutenção da marca.



CAPÍTULO 2

✦ CONCEITO

ARARA AZUL

A escolha de animal para representar a marca está atrelada ao nome do maior prêmio da literatura brasileira, o "Prêmio Jabuti", a Arara Azul vem para agregar a fauna brasileira.

Os pássaros carregam o simbolismo de transitar entre o céu e a terra, no caso entre o mundo terrestre e o mundo da imaginação. As aves voam e se libertam do mundo terreno, portanto trata-se um dos símbolos mais poderosos da liberdade e da expansão da consciência.

CORES

O emprego do azul na construção da paleta de cores da marca foi indispensável, uma vez que é a principal característica do mascote. O verde concilia com o azul da ave, levando o clima de brasilidade com as cores da bandeira.

Para auxiliar a marca na hora de divulgação, o laranja é uma cor vibrante que traz entusiasmo, emoção e criatividade, enquanto o roxo é uma cor capaz de estimular a imaginação e criatividade, dado que transmite a sensação de mistério e questões abstratas.



PRÍNCÍPIOS

Para uma boa aplicação da logotipo da marca "Arara Azul" é necessário seguir alguns princípios:

- A cores institucionais são **tons de azul**, na falta de tinta, recorra à versão negativa ou positiva.
- Para uma boa leitura, **não esticar a tipografia**.
- Nunca utilizar sombra no símbolo e no logotipo, caso necessário recorra às outras versões da marca.



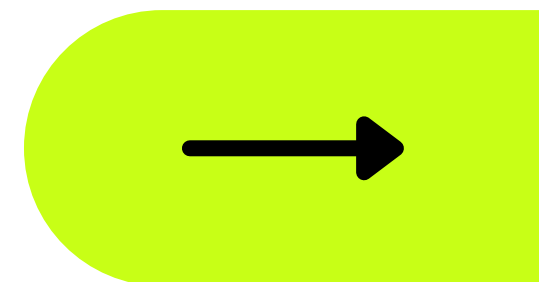
✦ VERSÕES DA MARCA



VERTICAL



HORIZONTAL



✦ VERSÕES DA MARCA



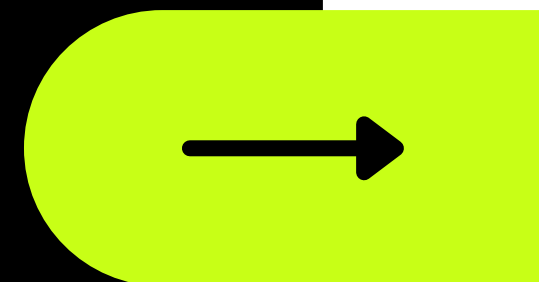
✦ VERSÕES DA MARCA

#FFFFFF

 **ARARA AZUL**

#000000

 **ARARA AZUL**



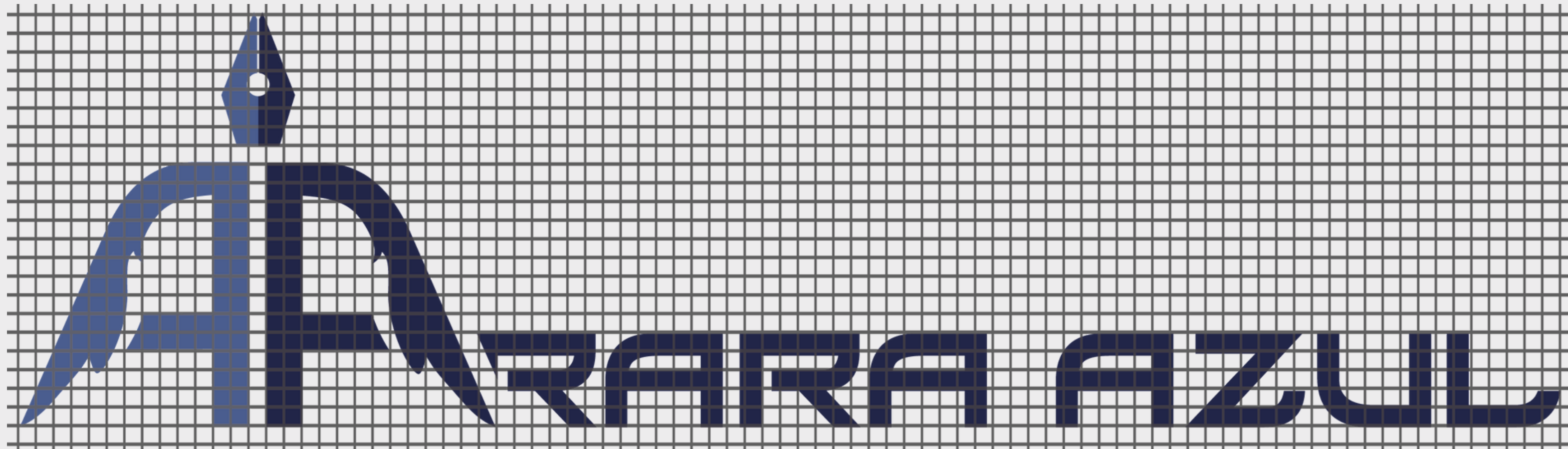
✦ GRID DE CONSTRUÇÃO



O uso do grid de construção da logo, auxilia nas reduções e reproduções da marca, determinando altura, largura e espaçamento dos elementos e tipografias. Evitando assim distorções que podem causar ilegibilidade.



✦ GRID DE CONSTRUÇÃO



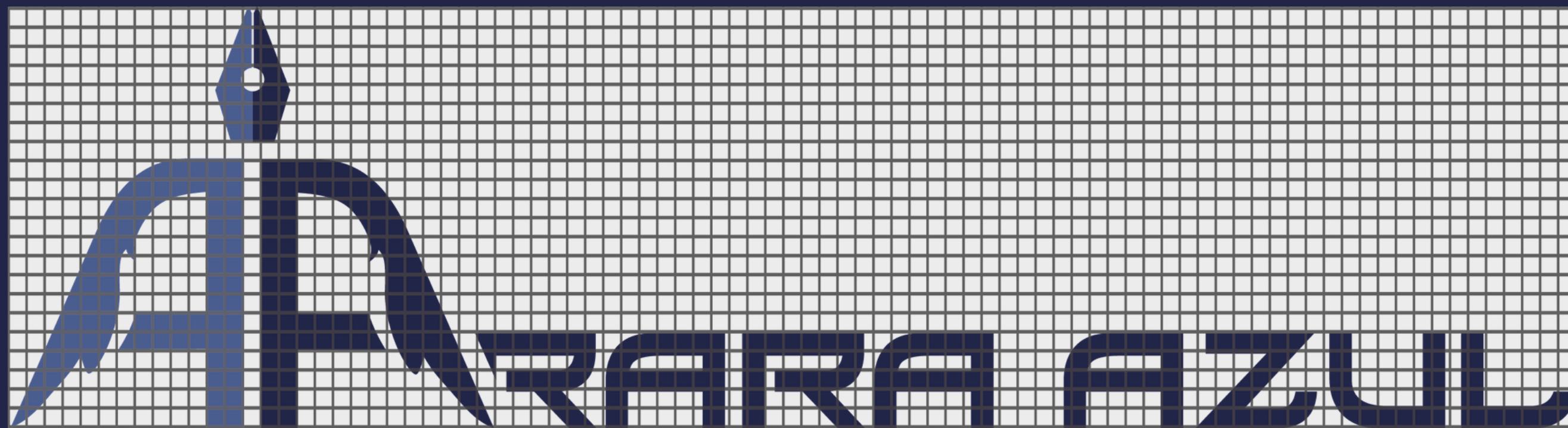
✦ A REJAMENTO



Para preservar a integridade e evitar interferência de outros elementos, a logo deve ter uma área de proteção ao seu redor.



✦ A REJAMENTO





TIPOGRAFIA

Combinação de diferentes tipos de letra, a voz da marca que da hierarquia e personalidade, desta forma, é importante manter um padrão para reforçar a identidade visual do projeto.

Na composição da logo foi escolhida a tipografia **Xirod Regular** e **Lemon Regular** com algumas alterações com o propósito de se assemelhar ao formato da ave.

A

Aa

LOGO

XIROD REGULAR

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

Lemon Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz



✦ TIPOGRAFIA

PRINCIPAL

PARA CABEÇALHOS

A tipografia **High Cruiser** possui letras mais largas em sua forma maiúscula, que são seu diferencial.

A A

HIGH CRUISER

**AA BB CC DD EE FF
GG HH II JJ KK LL
MM NN OO PP QQ RR
SS TT UU VV WW
XX YY ZZ
1 2 3 4 5 6 7 8 9
0**



✦ TIPOGRAFIA

AUXILIAR

PARA CORPO DO TEXTO

A tipografia **Open Sauce** é simples e leve, assim o texto não torna-se uma leitura cansativa.

Aa

Open Sauce Light

Open Sauce

Open Sauce SemiBold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff

Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss

Tt Uu Vv Ww Xx Yy

Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



✦ CORES INSTITUCIONAIS

PRINCIPAIS

Conjunto de cores pré-selecionadas de forma harmônica, visando passar alguma ideia para quem visualiza.

Hex Code
#4A5D8F

CMYK
80% 64% 21% 5%

RGB
74-93-143

Hex Code
#222548

CMYK
98% 90% 38% 43%

RGB
34-37-72





CORES INSTITUCIONAIS

AUXILIARES

Hex Code
#F28C1E

CMYK
0% 53% 92% 0%

RGB
242-140-30

Hex Code
#C8FF16

CMYK
32% 0% 100% 0%

RGB
200-255-22

Hex Code
#935BA1

CMYK
51% 72% 0% 0%

RGB
147-91-161



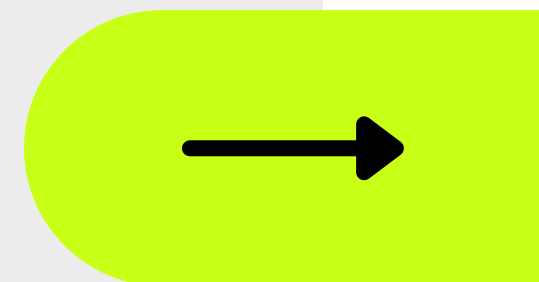
✦ REDUÇÃO MÁXIMA



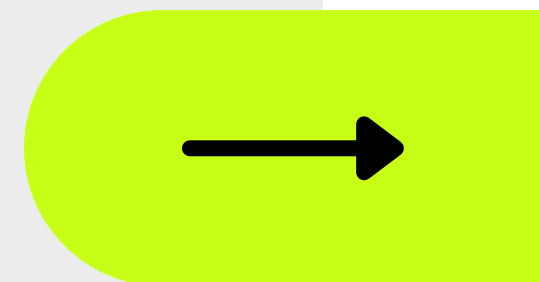
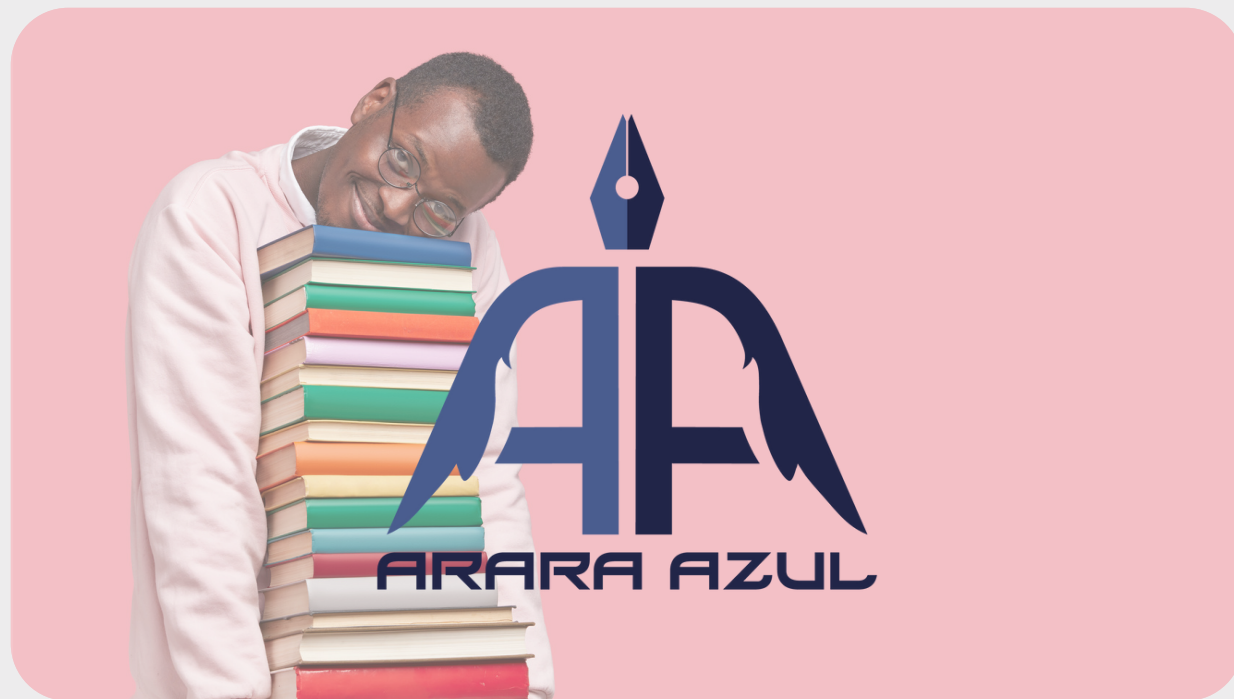
20mmx20mm



13mmx25mm



✦ FUNDO INCONSTANTE



✦ FUNDO COLORIDO



#EF6AA6



#4EEB5E



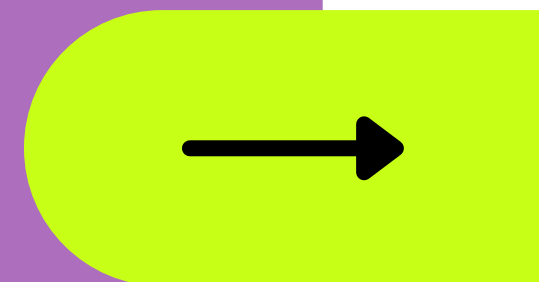
✦ FUNDO COLORIDO



#F8E537



#AD6FBD



✦ PROIBIÇÕES

A seguir algumas aplicações incorretas da marca Arara Azul, como distorção de tamanho, uso de outras cores, tipografias e elementos gráficos, como degradê e sombreamento.



CAPÍTULO 3

✦ APLICAÇÕES

PAPELARIA



CARTÃO DE VISITA

Tiragem: 1000 unidades.

Formato: 90x48 mm

Cores: CMYK- 4x4

Acabamento: Refile, retangular.

Suporte: Couché fosco- 300 mg

Impressão: Offset



✦ APLICAÇÕES

PAPELARIA



SITE	EDITORARARAZUL.COM.BR
E-MAIL	ARARAZUL@SUPPORT.COM
CONTATO	(11) 9 9123-4567



✦ APLICAÇÕES

PAPELARIA



MARCA PÁGINA

Tiragem: 1000 unidades.

Formato: 180 x 50mm

Cores: CMYK- 4x4

Acabamento: Refile, retangular.

Suporte: Couché fosco- 180 mg

Impressão: Offset



✦ APLICAÇÕES

PAPELARIA



✦ APLICAÇÕES

PRODUTO



CADERNO

Formato: 17 x 24 cm

Cores: CMYK- 4x0

Acabamento: Capa dura, wire-o prata, laminação fosca.

Suporte: Offset, folhas pautada- 56 g/m²

Número de folhas: 160 Folhas

Impressão: Offset



✦ APLICAÇÕES

PRODUTO



ECOBAG

Formato: 40x30cm
Suporte: Algodão
Impressão: Silk



✦ APLICAÇÕES

PRODUTO




✦ APLICAÇÕES

DIVULGAÇÃO



✦ APLICAÇÕES

DIVULGAÇÃO



Fe.li.ci.da.de:
substantivo feminino

1. Qualidade ou estado de feliz; estado de uma consciência plenamente satisfeita; contentamento, bem-estar.
2. **Cheiro de livro novo.**

Em meio a tantas plataformas on-line, a ideia é nadar contra o fluxo, lutando com o algoritmo do mundo tecnológico, ou melhor, utilizando o algoritmo contra ele, buscando elementos sensoriais nas peças de divulgação, como destacar o cheiro de livro novo. O intuito é promover o que a internet não oferece: **o contato com o livro.**



✦ APLICAÇÕES

DIVULGAÇÃO

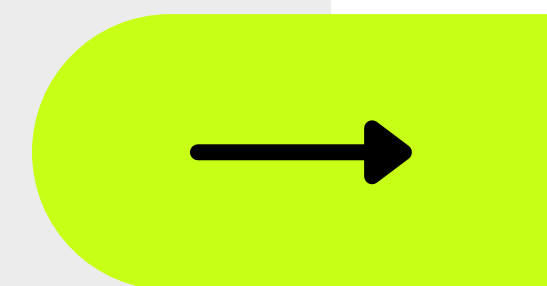


✦ APLICAÇÕES

DIVULGAÇÃO

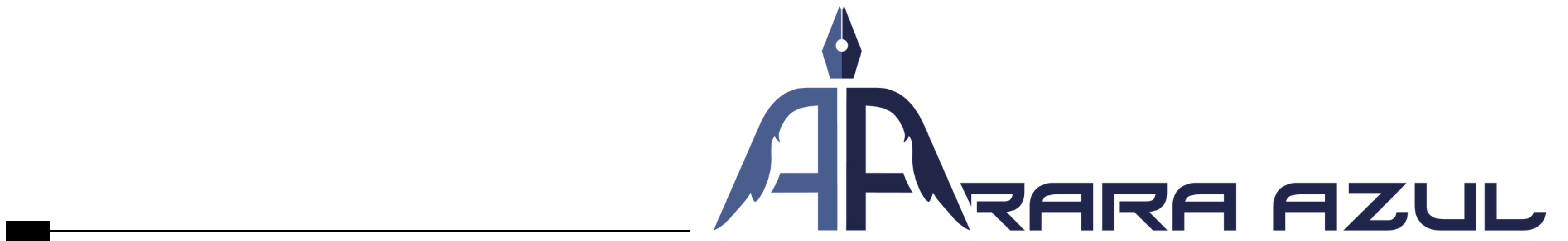


★ PROTÓTIPO DO SITE



★ PROTÓTIPO DO SITE





ARRARA AZUL

REFERÊNCIAS

- RETRATOS DA LEITURA NO BRASIL: POR QUE ESTAMOS PERDENDO LEITORES. Cenpec, 2020. Disponível em: <<https://www.cenpec.org.br/tematicas/retratos-da-leitura-no-brasil-por-que-estamos-perdendo-leitores>>. Acesso em: 16 jun. 2022.
- HISTÓRIA. Prêmio Jabuti. Disponível em: <<https://www.premiojabuti.com.br/historia/>>. Acesso em: 16 jun. 2022.
- UM PERFIL DO LEITOR BRASILEIRO. Itaú Social, 2020. Disponível em: <<https://www.itausocial.org.br/noticias/um-perfil-do-leitor-brasileiro/>>. Acesso em: 16 jun. 2022.
- GÊNEROS LITERÁRIOS: DADOS E MERCADO. Editora Albatroz, 2018. Disponível em: <<https://editoraalbatroz.com.br/dados-de-generos-literarios-blog/>>. Acesso em: 16 jun. 2022.

★ REFERÊNCIAS

- NO BRASIL, A CADA 3 DIAS, 1 LIVRARIA FECHA AS PORTAS. A APOSTA É NOS PEQUENOS LIVREIROS. Green Me, 2021. Disponível em: <<https://www.greenme.com.br/viver/arte-e-cultura/86292-segundo-unesco-livrarias-no-brasil-estao-acabando/>>. Acesso em: 16 jun. 2022.
- MANUAL PÓS-PANDEMIA: O QUE A GERAÇÃO Z DESEJA DO VAREJO FÍSICO. Vogue, 2021. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/Vogue-Negocios/noticia/2021/05/manual-pos-pandemia-o-que-geracao-z-deseja-do-varejo-fisico.html>>. Acesso em: 16 jun. 2022.
- EMBALAGEM É MAIS IMPORTANTE QUE MARCA PARA BRASILEIROS. Consumidor Moderno, 2014. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2014/02/24/embalagem-e-mais-importante-que-marca-para-brasileiros/?utm_source=blog&utm_campaign=rc_blogpost>. Acesso em: 16 jun. 2022.

✦ ANEXOS: ORÇAMENTO

Valor hora: R\$ 75

Hora trabalhadas: 130hrs

R\$ 9.750,00

50% antes e 50% depois.

//57