

Guia de Marca

Agosto - 2023



Este guia é resultado do trabalho constante de construção da marca Chico Rei.

Ao longo de quase 12 meses, o Núcleo de Marca procurou compreender o que é a Chico Rei. Quem somos, o que fazemos, como fazemos, por que fazemos, e, o mais importante: para quem fazemos.

Percebemos que a Chico é uma marca que transita por inúmeros gostos, que consegue ser protagonista e coadjuvante em diversos momentos e veste as peculiaridades que tornam o indivíduo singular.

Hoje, sabemos que nosso trabalho é pegar essa singularidade e transformá-la em coletivo. Entendemos que Chico

é Chico quando permitimos que as pessoas se sintam confortáveis para se expressar, seja puxando assunto sobre uma estampa inusitada, defendendo causas que acreditam ou turistando por aí.

Nosso ciclo nasce nas montanhas de Minas Gerais e se encerra nas pessoas. Fazemos Chico ser Chico quando abrimos mão de normas e padrões, sem manual de instruções, e deixamos que nossos produtos se encontrem no coletivo, na mesa de bar, na roda de samba, no encontro de amigos...

Ser Chico é *bão demais*.

³ Brasilidade

Respiramos uma brasilidade real, baseada no cotidiano de uma gente que se adapta, um povo que faz junto e ri para não se abater, apesar dos muitos pesares.

Reconhecemos que brasilidade é um conceito complexo, jamais uma construção simples. Tratá-la de forma superficial é ignorar séculos de história, quilômetros de cultura e toneladas de coisas que fazem o Brasil Brasil - não Brazil.

A Chico Rei é brasileira com S. Não somos tipo exportação. Não abrasileiramos o estrangeiro para emular brasilidade. Nos baseamos em nossa realidade, no estilo de vida do povo brasileiro.

Nosso papel enquanto marca não passa por trazer uma definição única de brasilidade. Mas, sim, permitir que o individual se manifeste no conjunto.

Somos coletivos, assim como a essência do brasileiro.

5

Atributos da Marca

Nosso propósito é...
Transformar singular em plural. Manifestar ideias.

Nosso valores

- Coletividade
- Inventividade
- Irreverência
- Inclusão
- Liberdade
- Adaptabilidade

Nossos verbos

- Turistar
- Explorar
- Coletivizar
- Encontrar
- Expressar

No que acreditamos

- Poder da criatividade
- Todos podem se vestir como quiserem
- Agregar, nunca excluir
- Defesa da diversidade
- Sendo de coletividade para um mundo mais bacana
- Comunicação transparente

Como contribuímos para um mundo melhor?

Impactamos a vida das pessoas através de auto-expressão, auto-estima e conforto.

Embora não tenhamos o poder de salvar o mundo, realizamos ações para minimizar os efeitos negativos das nossas atitudes. Fazemos o necessário para garantir que a nossa passagem pelo planeta seja mais bacana.

⁸ Personalidade da Marca

Como a Chico Rei deseja ser reconhecida?

Uma amiga de longa data. Que pode estar na sua casa a hora que for, mas que nunca é inconveniente.

Alguém que está ali para tudo, e, sem pestanejar, se adapta a qualquer roteiro de viagem. Espontânea, daquelas que puxa papo e te apresenta um universo de possibilidades sem forçar a barra.

Consciente da própria responsabilidade social, ela ficaria muito feliz em te falar um pouco mais sobre como você também pode contribuir para um mundo melhor.

Traços de Personalidade

- Criativa
- Consciente
- Corajosa
- Aventureira
- Solidária
- Extrovertida

Se fosse uma pessoa, a Chico Rei seria:

Características

- Jovem, mulher, perto dos 30 anos, da América Latina
- Trabalhadora Integrante da classe média
- Criativa, curiosa, moderna e comunicativa
- Feminista, engajada socialmente

Interesses

- Séries, cinema, música e cultura geek
- Café e Animais de estimação
- Bares, cinema, shows, festivais e baladas alternativas
- Outros idiomas, viagem para lugares ricos em cultura (principalmente da América Latina)

Estilo de Vida

- Se preocupa com hábitos mais sustentáveis
- Vive na correria e tem o costume de dormir tarde
- Está sempre online e atendida
- Não pratica exercícios físicos rotineiramente, mas acha que deveria
- É descrente de coaches e modelos irreais de empreendedorismo

11

Linguagem e Tom de Voz

Nossa linguagem é sempre no feminino. Não é autoritária. É entusiasmada, mas não acelerada. Descontraída, mas sóbria. Informal, mas não simplória. Usa gírias antigas, palavras divertidas e expressões mineiras.

Como nos comunicamos?

Respeitamos a personalidade e linguagem da marca nos ajustando em cada canal de comunicação.

Não somos reféns de algoritmos, mas sabemos que podemos potencializar nossa voz, equilibrando comunicação imagética e textual.

- Tem bom vocabulário, mas busca falar de forma simples e sem complicações
- Prefere evitar termos estrangeiros quando há palavras em português como alternativa
- Possui uma personalidade autêntica, sem ser falsa, exagerada ou forçada
- Utiliza gírias e memes na medida certa
- Não compactua com preconceitos e comportamentos

13

Produtos da Marca

Para traduzir os aspectos da marca, nossos produtos precisam ser vistos como um todo. Cada um, isoladamente, possui pontos fortes e uma função.

Nossos produtos materializam o espírito criativo e inventivo da marca, e permitem que pessoas também se posicionem e externem seus valores.

Temos a responsabilidade de desenvolver produtos e processos que estejam de acordo com a marca, sem ferir seus valores.

Características

- Confortável
- Irreverente
- Inventivo
- Sustentável
- Versátil
- Responsável
- Bonito

O que torna nossos produtos únicos?

Somos uma marca de ideias, que não se explica sozinha. Ela precisa do complemento, da interpretação e do estilo de quem veste.

É uma construção coletiva. Não fazemos indicação de uso e nem temos manual de instruções: cada uma faz a Chico Rei que quiser e como quiser.

Misturamos referências e influências, resultando na fuga do óbvio, apontando para os caminhos mais inventivos e inusitados.

Damos origem a algo que é de todo lugar e ao mesmo tempo é de lugar nenhum.

16

Energia e Público

Turistar: Ato ou ação realizada pelo turista durante as suas viagens.

Viagens: a busca movida pela curiosidade; experiências imateriais.

Experiências: Vivência a partir daquilo que quer expressar.

Expressar: Chico Rei.

O cliente Chico Rei é um turista curioso. Nossas viagens não precisam de estradas, e nem sempre envolvem deslocamento físico. Ajudamos a achar conforto para ser curioso em se aventurar.

Nosso papel é entregar maneiras tangíveis de “turistar” e de “ser curioso”, através de produtos, conteúdo e experiências.

Quem usa Chico Rei é automaticamente incluído numa roda de conversa, fazendo parte de um grupo, de uma comunidade, de uma tribo.

Não somos o foco. Construimos bases que permitam as pequenas interações, o assunto em comum, a pílula de curiosidade, o momento de entender a piada.

Queremos trazer uma oferta generosa de produtos, onde cada cliente pode escolher como usar Chico Rei.

A Chico Rei é ritual para explorar a criatividade, através da auto expressão.

18

Identidade da Marca

Antes de continuarmos...

É importante ressaltar que a nossa identidade está sendo constantemente alinhada pela equipe de design, o que significa que algumas coisas podem mudar.

A seguir, uma seleção dos tópicos mais importantes e que seria legal você saber sobre a nossa identidade.

Em caso de dúvidas, consulte a coordenação de imagem.

Logo

Minas Gerais é esse oceano de morros e montanhas, e também o berço da Chico Rei. Cada uma delas carrega características muito peculiares que as tornam singulares. Assim é na Chico. Desde as estampas, passando pelos membros da equipe, até chegar nos clientes. Cada tem sua forma, seu jeito, sua história.

Nosso logo trabalha uma perspectiva ambígua, onde é possível perceber uma cadeia de montanhas e também uma fração de uma topografia.



A marca Chico Rei possui versões do logo com diferentes propósitos.

Assinaturas Visuais são a combinação de símbolo e logotipo da marca, e são a principal forma de representá-la.

A Assinatura Horizontal deve ser usada preferencialmente em relação à Assinatura Vertical. Para casos onde o espaço é mais favorável para a Assinatura Vertical, seu uso pode ser priorizado.

O logotipo deve ser priorizado em relação ao símbolo por explicitar o nome da marca.

O símbolo é a redução mínima da marca. Porém, não deve ser usado isoladamente em contextos externos, espaços que não pertencem à marca Chico Rei. Nesses casos, o logotipo deve ser considerado como a redução mínima.



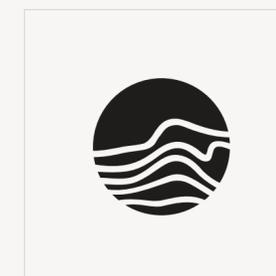
ASSINATURA HORIZONTAL
PRINCIPAL



ASSINATURA VERTICAL
APOIO



LOGOTIPO



SÍMBOLO

Cores

A identidade da marca trabalha espaços visuais mais neutros. Uma comunicação mais limpa, sóbria e com menos ruído visual.

Laranja Serra D'Água é a cor principal da marca, e deve ser usada de forma consciente e sem exageros. Deve ser tratada como cor principal da marca, mas sem gerar cansaço através de um uso repetitivo e saturado.

LARANJA SERRA D'ÁGUA
COR PRINCIPAL

CREME COALHADA
COR NEUTRA

CINZA MARIA FUMAÇA
COR NEUTRA

Tipografia

A família tipográfica da identidade é a Proxima Nova.

Deve ser usada em textos títulos, subtítulos, textos corridos, legendas, e de mais aplicações.

Seu uso deve ser considerado em todas as aplicações da marca.

Apenas os pesos contidos neste documento devem ser considerados para os usos.

Proxima Nova

aâbcçdèeéffghiîjklmñnoøpqrstuüvwxyz
 AÂÂBCÇDEFGHIÍJKLMNOØÓÔÒPQRSTUVWXYZ
 0123456789°(.,'”-;:!)?&©°®™£¢∞§•ªº

*Um bloco de texto não deve compor mais que dois pesos diferentes, com exceção de suas versões itálicas. Ao escolher um peso adicional, considere pular dois pesos a partir do que estiver usando. Por exemplo: se estiver usando a versão *Regular* da Proxima Nova, desconsidere o peso *Medium* e *Semibold*, e use o peso *Bold* para trazer destaque ao texto.

Pesos*

Light	<i>Light Italic</i>
Regular	<i>Regular Italic</i>
Medium	<i>Medium Italic</i>
Semibold	<i>Semibold Italic</i>
Bold	<i>Bold Italic</i>
Extrabold	<i>Extrabold Italic</i>

Embalagens

Nossa família de embalagens trabalha a simplicidade de uma construção modular alinhado com o estilo de ilustração da marca.

Usufruímos do material não apenas como suporte, mas como recurso gráfico, trazendo texturas interessantes para as embalagens.

Caminhamos para uma direção mais limpa, com maior destaque para nossos produtos, que devem ser protagonistas em nossa comunicação.



ENVELOPES



SACOLAS



KITS



TAGS

Fotografia

A essência das fotos está na naturalidade, onde as pessoas interagem em grupo, transmitindo felicidade. Expressões faciais leves e reais, sem poses estáticas. A distância das fotos é próxima à realidade. A iluminação busca reproduzir a sensação do dia com leveza, tanto em ambientes internos quanto externos. O objetivo é mostrar as pessoas usando os produtos Chico Rei em situações reais, não posando para um catálogo.



Os modelos têm um visual “no-makeup makeup”, com aparência saudável e leve. O foco está no vestir e no estar, não no rosto. Maquiagens gráficas são usadas em campanhas específicas. O cabelo não cobre o rosto ou a camiseta. O look dos modelos é básico, versátil e de fácil escolha, refletindo quem são. As roupas possuem cortes retos, cores neutras e fáceis de combinar, representando a ocasião e direcionando o posar e o sentimento do momento.




**Transformar singular em plural.
Manifestar ideias.**