

# viva água

cuidar do **Rio Miringuava**  
é proteger a vida



MANUAL DE MARCA

# Sumário

## **O VIVA ÁGUA MIRINGUAVA**

A importância do manual de marca **03**

O movimento Viva Água Miringuava **04**

Eixos de atuação **05**

## **TOM DE VOZ**

Nosso tom de voz **06**

Sobre o que falamos **07**

Saiu na mídia **08**

## **LOGOMARCA**

A marca Viva Água Miringuava **10**

Aplicações em fundos diversos **11**

Escala de cinzas **12**

Área de proteção da marca **13**

Redução máxima da marca **14**

## **ELEMENTOS BÁSICOS**

Esquema cromático **15**

Gradientes **16**

Combinação de cores **17**

Família tipográfica **18**

Iconografia **19**

Hashtag **20**

Régua de logos **21**

Uso indevido **24**

Uso ideal **25**

Utilização do grafismo **27**

Orientações de aplicação **28**

Exemplos de aplicação **29**

# A importância do manual de marca

O Viva Água Miringuava é um movimento que envolve diversas organizações e cada uma tem um posicionamento, um padrão e uma linguagem específica em sua comunicação. Isso fortalece a nossa iniciativa. Mas, para garantir unidade ao falar do Viva Água, precisamos garantir o alinhamento para algumas questões, que serão apresentadas nas próximas páginas.

Nossa marca, Viva Água, foi registrada pela Fundação Grupo Boticário, para ser utilizada por todos que participam da realização ou da rede de impacto dessa iniciativa.

Em conjunto, podemos promover a segurança hídrica, a conservação da natureza, o desenvolvimento social e econômico da região e ainda gerar relevância e dar visibilidade para as ações desse movimento que é nosso e pode agregar cada vez mais participantes.

# O movimento Viva Água Miringuava

Essencial para as pessoas, a natureza, os produtores e os negócios, a água é o fio condutor que utilizamos para promover a qualidade de vida, a conservação do meio ambiente, o desenvolvimento social e econômico. Essa é a proposta do movimento Viva Água.

Nossa atuação será sempre baseada em ações de conservação e recuperação de ecossistemas naturais, além do incentivo ao empreendedorismo com impactos sociais e ambientais positivos.

Idealizada pela Fundação Grupo Boticário, a proposta foi elaborada como um modelo que envolve múltiplos atores, com a oportunidade de ser replicado em qualquer bacia hidrográfica do país.

Começamos com a Bacia do Rio Miringuava, uma das mais estratégicas da Região Metropolitana de Curitiba. Localizada em São José dos Pinhais (PR), ela será fonte de abastecimento para praticamente toda a população do município e ainda vai gerar um excedente para cidades vizinhas. Também tem um papel fundamental para a segurança alimentar. Hoje, como um dos principais polos de produção de hortaliças da Grande Curitiba, alimenta 1,5 milhão de pessoas.

Multiplicando o seu alcance, o movimento conta com a participação de organizações da sociedade civil, produtores rurais, comunidade, poder público, iniciativa privada entre outros. Uma realidade que nos levou à criação do Fundo Viva Água, que, com a administração de uma organização terceira, garante transparência quanto à gestão dos recursos captados.

Juntos vamos transformar em prática a proposta de encontrar na natureza diversas soluções para os desafios atuais da sociedade e da economia locais.

# Eixos de atuação



## Produção sustentável

Fomentar práticas de agropecuária sustentável.

Produção agropecuária baseada no equilíbrio entre qualidade do produto, conservação da natureza e sustentabilidade financeira.



## Instrumentos financeiros



## Articulação e advocacy

Articular parcerias que fortaleçam o movimento, contribuindo assim, para o desenvolvimento regional em aspectos econômicos, sociais e ambientais.



## Serviços ecossistêmicos



## Associativismo e cooperativismo

Fortalecimento de associações e/ou cooperativas locais.

Impulsionar a representatividade local para produtores rurais e empreendedores.

# Nosso tom de voz

Somos diversos, é isso que nos constitui como um movimento.  
Nosso alicerce é a cooperação de vários atores trabalhando em prol de um objetivo comum: o desenvolvimento de soluções sustentáveis e inovadoras.

**Somos múltiplas vozes, temos múltiplas oportunidades.  
Somos resilientes e abertos ao diálogo.**

Nosso movimento é fundamentado no conhecimento científico e no trabalho de especialistas.

**Somos claros e objetivos, comunicamos informações científicas em uma linguagem simples e acessível.**

## Sobre o que falamos

SEGURANÇA HÍDRICA  
DESENVOLVIMENTO REGIONAL  
CONSERVAÇÃO DA NATUREZA

Enfatizamos a importância da conservação da natureza para a segurança hídrica e o desenvolvimento social e econômico da região da Bacia do Rio Miringuava.

## Sobre o que não falamos

POLÍTICA  
INTERESSES ESPECÍFICOS  
E COMERCIAIS

Todos aqueles que representam o Viva Água assumem o compromisso de não violar direitos autorais ou de imagem, além de não compartilhar conteúdos que contenham discriminação de qualquer natureza associados à marca da iniciativa.

# Saiu na mídia

Nosso discurso e as informações que consideramos relevantes já começaram a ganhar espaço na imprensa. Confira alguns exemplos.

Clique ou escaneie o QR Code para ler as matérias.



<https://bit.ly/VivaAguaGazeta>



<https://bit.ly/VivaAguaRIC>



# Saiu na mídia

Nosso discurso e as informações que consideramos relevantes já começaram a ganhar espaço na imprensa. Confira alguns exemplos.

Clique ou escaneie o QR Code para ler as matérias.



<https://bit.ly/VivaAguaGuilhermeKaram>



<https://bit.ly/3Jq37r>



<https://bit.ly/VivaAguaBandNews>



# A marca Viva Água Miringuava

Esta é a versão principal da marca. **Para aplicar, utilize sempre os arquivos originais.** A partir deles, é possível escolher, em CMYK ou RGB, a forma e a cor mais adequadas para cada peça.

Dê sempre preferência ao uso da marca na **VERSÃO PRINCIPAL.**

Versão principal da marca

viva  água

cuidar do **Rio Miringuava**  
é proteger a vida

# Aplicações em fundos diversos

A logomarca em negativo deve ser usada apenas quando houver uma limitação de legibilidade ou em situações que não permitam a aplicação da versão preferencial.

Dê sempre preferência ao uso da marca na VERSÃO PRINCIPAL.

Aplicação marca positiva (preferencial)

viva  água

cuidar do **Rio Minguava**  
é proteger a vida

Aplicação marca negativa

viva  água

cuidar do **Rio Minguava**  
é proteger a vida

viva  água

cuidar do **Rio Minguava**  
é proteger a vida

## Escala de cinzas

A versão em escala de cinzas deve ser utilizada sempre na cor preta, e será aplicada em situações em que haja limitações estéticas ou de reprodução. Admite-se, **excepcionalmente**, a utilização de outra cor se essa for a única cor no processo de impressão.

Dê sempre preferência ao uso da marca na **VERSÃO PRINCIPAL**.

Aplicação em Preto 100%

viva  água

cuidar do **Rio Miringuava**  
é proteger a vida

Aplicação em Preto 60%

viva  água

cuidar do **Rio Miringuava**  
é proteger a vida

# Área de proteção da marca

Devemos manter um espaço mínimo entre a logomarca do Viva Água Rio Minguava e outros elementos. A área de proteção é medida com base do tamanho no “v”, como demonstrado ao lado.



# Redução máxima da marca

A dimensão mínima preserva a legibilidade da logomarca e tem a medida estipulada ao lado. Para impressão de materiais gráficos em geral, a dimensão mínima é de 5cm de largura. Nos meios digitais, a dimensão mínima é de 140px de largura.

Caso seja necessário aplicar a marca em uma dimensão menor, entre em contato com a equipe de comunicação da Fundação Grupo Boticário: [contato@fundacaogrupoboticario.org.br](mailto:contato@fundacaogrupoboticario.org.br)

viva  água

cuidar do **Rio Minguava** é proteger a vida

viva  água

cuidar do **Rio Minguava** é proteger a vida

viva  água

cuidar do **Rio Minguava** é proteger a vida



largura = 5cm

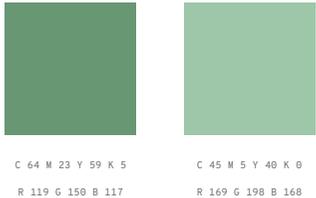
# Esquema cromático

A **paleta primária** é composta pelas cores de reconhecimento, que identificam e diferenciam a marca.

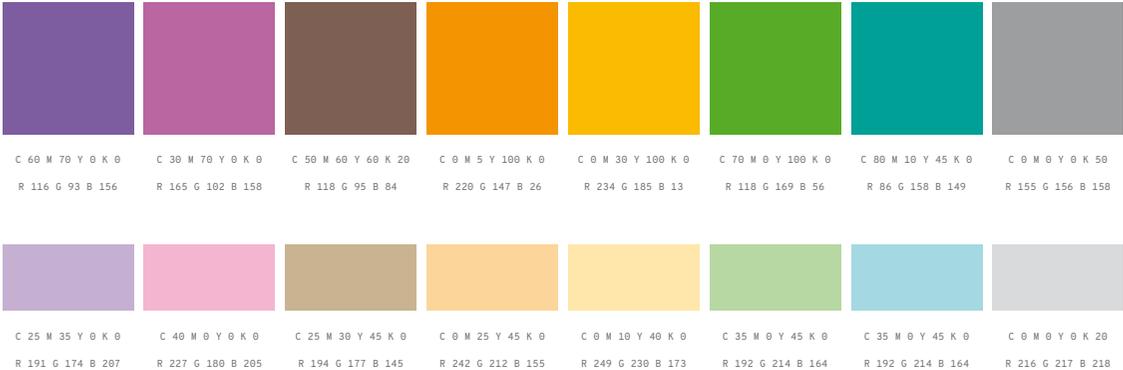
Já a **paleta secundária** apresenta as cores de suporte, que têm um papel mais funcional: são utilizadas em detalhes, como, por exemplo, na iconografia. Deve ser utilizada com especial atenção para não prejudicar ou descaracterizar a identidade da marca.

**Cores de apoio:** preto 60% e branco

## ESQUEMA PRIMÁRIO



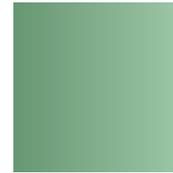
## ESQUEMA SECUNDÁRIO



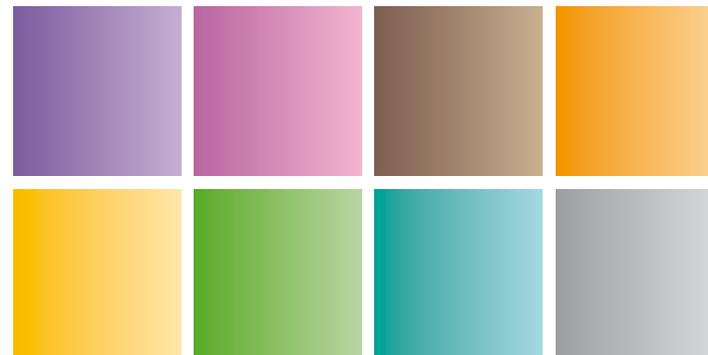
# Gradientes

Os gradientes também compõem a paleta da marca. Cada gradiente é formado por duas cores de tonalidades próximas. Temos um composto pelas cores da paleta primária e oito pelas cores da paleta secundária. Sugere-se que sejam utilizados nos grafismos.

GRADIENTE / ESQ.PRIMÁRIO



GRADIENTE / ESQ.SECUNDÁRIO



# Combinação de cores

Para os materiais tanto digitais quanto impressos, podem ser combinadas as cores das paletas primárias e secundárias, como mostra o esquema ao lado.



# Família tipográfica

A família tipográfica que deve ser utilizada na logomarca do movimento Viva Água Miringuava é a **Overpass Mono**. Para os demais textos, recomenda-se o uso da fonte **Overpass**. Usando a versão bold para títulos e subtítulos, e as versões regular e light para textos mais extensos.

[Clique aqui e faça o download!](#)

AaBbCc  
01234567890

Overpass Mono  
Light

AaBbCc  
01234567890

Overpass Mono  
Regular

Própria para logomarca do projeto.

AaBbCc  
01234567890

Overpass Mono  
Bold

AaBbCc  
01234567890

Overpass Bold

Própria para títulos e subtítulos.

AaBbCc  
01234567890

Overpass  
Regular

Própria para textos mais extensos.

AaBbCc  
01234567890

Overpass  
Light

# Iconografia

Foram desenvolvidos oito ícones para ilustrar os **oito eixos de atuação do Movimento Viva Água Miringuava**. Os ícones podem ser aplicados ao citar os eixos, mas não são elementos obrigatórios nas peças de comunicação. É possível utilizar apenas a cor que o representa, por exemplo.



SUSTENTÁVEL



ARTICULAÇÃO  
E ADVOCACY



ASSOCIATIVISMO  
E COOPERATIVISMO



INSTRUMENTOS  
FINANCEIROS



SERVIÇOS  
ECOSSISTÊMICOS



TURISMO  
RESPONSÁVEL

# Hashtag

## #VivaAguaMiringuava

Importante estratégia para o marketing digital, seja para aumentar o alcance ou para agrupar conteúdos, o uso de hashtags é muito importante para a visibilidade do movimento.

A **#VivaAguaMiringuava** deve ser utilizada sempre que forem feitas publicações relacionadas ao tema, facilitando ao público encontrar estes conteúdos e saber mais sobre nossa atuação.

De acordo com a abordagem da postagem, também podem ser usadas opções mais inspiracionais e gerais, com escrita simplificada e consequente aumento do engajamento. É importante reforçar que elas não excluem a necessidade da **#VivaAguaMiringuava**. São elas:

**#ProtegerAVida**

**#VivaAgua**

**#ÁguaÉVida**

# Régua de logos

A régua de logos com os Realizadores e Rede de Impacto do movimento deve ser utilizada em todos os materiais, preferencialmente em fundo branco e aplicada na parte inferior do layout, na versão mais adequada considerando o espaço disponível. Toda vez que passar por alguma atualização ou alteração, a nova versão será enviada a todos os parceiros.

## Régua de logos | alinhado à esquerda



## Régua de logos | centralizado



# Régua de Logos

Na primeira linha, as duas logos finais devem ter tamanho **10% menor** em relação às primeiras logos aplicadas. No campo Rede de Impacto, a aplicação das três logos iniciais deve ser **5% menor** em relação às últimas logos dos realizadores. As demais logos da linha são aplicadas com **tamanho menor** em relação às logos iniciais. No campo Gestor Financeiro Fundo Viva Água, aplicação da logo deve ser em **tamanho menor em relação às logos finais da segunda linha.**

## Régua de logos



# Régua de logos

A régua de logos com os Realizadores e Rede de Impacto também **pode ser utilizada em fundo branco e com as logos em escala de cinza**. Deve ser aplicada preferencialmente na parte inferior do layout, na versão mais adequada considerando o espaço disponível.

## Régua de logos | alinhado à esquerda

INVESTIDOR ESTRATÉGICO

Fundação GrupoBoticário 

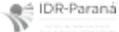
REALIZAÇÃO

btgpactual  PROADAPTA  Adaptação à Mudança do Clima  

---

REDE DE IMPACTO

BRDE   We empower your day      

---

GESTOR FINANCEIRO FUNDO VIVA ÁGUA



## Régua de logos | centralizado

INVESTIDOR ESTRATÉGICO

Fundação GrupoBoticário 

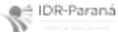
REALIZAÇÃO

btgpactual  PROADAPTA  Adaptação à Mudança do Clima  

---

REDE DE IMPACTO

BRDE   We empower your day      

---

GESTOR FINANCEIRO FUNDO VIVA ÁGUA



# Uso indevido

## Distorções

Jamais distorça ou incline a logo, nem modifique as proporções entre os elementos que a compõem.

## Fundos

Nunca aplique a logo sobre fundos diferentes dos indicados neste manual ou que prejudiquem a sua legibilidade.

## Cores

Nunca modifique as cores da marca.

## Efeitos

Não aplique efeitos de brilho, perspectiva, sombra ou outros que não estejam previstos neste manual.



\*Imagens meramente ilustrativas. Gettyimages.

# Uso ideal

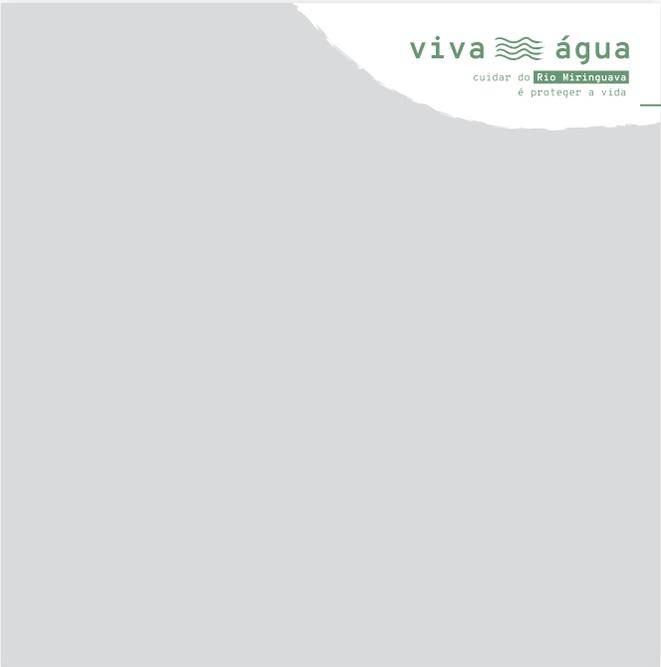
Procure aplicar a logo em sua versão principal sobre imagens e fundos que não prejudiquem a sua legibilidade, como exemplificado ao lado.



\*Imagens meramente ilustrativas. Gettyimages.

# Uso ideal

Indicamos como recurso de proteção da marca um elemento gráfico que combina com a identidade visual e pode ser aplicado em qualquer material na posição indicada.



Elemento gráfico posicionado no canto superior direito (independentemente do formato do material) que permite a aplicação da versão principal da logo.



\*Imagens meramente ilustrativas. Gettyimages.

# Utilização do grafismo

As ondas que compõem a marca podem ser utilizadas para formar o rodapé ou aplicadas na lateral dos materiais como elemento gráfico, desde que não interfiram na visibilidade da imagem. Ao lado, um exemplo de aplicação como rodapé em um anúncio e um post.



\*Imagens meramente ilustrativas. Gettyimages.

# Orientações de Iniciativas Parceiras

O uso da logomarca do movimento Viva Água, só é permitida em peças de comunicação e demais materiais institucionais que não envolvam aspectos comerciais, e apenas por parceiros que fazem parte da realização ou da rede de impacto do movimento.

Além disso, ao usar a logo o empreendimento/parceiro deverá aplicá-la da seguinte forma:

O/A **\*nome da instituição\*** Participa do movimento (Incluir Logo do Viva Água).

Exemplos de materiais em que a logo poderá ser aplicada: divulgação roteiros, eventos e sites de empreendimentos movimento.

**Importante:** A aplicação da logomarca do movimento Viva Água deve ser validada pela Fundação do Grupo Boticário, antes de ser veiculada.



# Exemplos de aplicação

Quando a imagem a ser utilizada não apresenta espaço ou contraste suficiente para que a versão principal da marca Viva Água Miringuava seja aplicada com boa legibilidade, recomenda-se inserir o elemento gráfico indicado ao lado em branco como suporte para a logo.



Elemento gráfico que permite a aplicação da versão principal da logo.



\*Imagens meramente ilustrativas. Gettyimages.

# Exemplos de aplicação

Exemplos de layout de post com aplicação das ondas como elemento gráfico, iconografia, composição de cores e régua de logos em materiais que abordem a temática dos **eixos de atuação**.

Nesses caso, o grafismo da onda pode ser utilizado na cor correspondente ao eixo de atuação que se deseja representar no material.

**Consulte as cores dos eixos de atuação nas páginas 16 e 21.**



Logo em sua versão principal aplicada sobre imagem com fundo claro que permite legibilidade.  
Onda aplicada de acordo com a cor do eixo temático.  
Outras cores que não sejam as indicadas na paleta presente neste manual não são permitidas.

As imagens devem ser escolhidas ou tratadas de modo que permitam a aplicação da logo preferencialmente em sua **versão principal** sobre um fundo claro que permita legibilidade.



\* Imagens meramente ilustrativas. Gettyimages.

# Exemplos de aplicação

Exemplo de rodapé com aplicação da onda como elemento gráfico, iconografia, composição de cores e régua de logos em materiais digitais ou impressos.

O primeiro post segue a temática dos eixos de atuação e o segundo mantém o esquema cromático padrão da marca.



\*As imagens devem ser escolhidas ou tratadas de modo que permitam a aplicação da logo preferencialmente em sua versão principal sobre um fundo claro que permita legibilidade.

Exemplo de aplicação da onda de acordo com a cor do eixo temático. Outras cores que não sejam as indicadas na paleta presente neste manual não são permitidas.

# Exemplos de aplicação

Exemplo de layout em formato carrossel.



Postagens tipo carrossel podem ser uma solução para que a régua de logos não sobrecarregue o layout. A logo do Movimento Viva Água Rio Miringuava deve estar presente em todas as peças.



\*Imagens meramente ilustrativas. Gettyimages.

# Exemplos de aplicação

Exemplo de layout para stories do Instagram.



\*Imagens meramente ilustrativas. Gettyimages.

## Exemplos de aplicação

Em posts e outros materiais digitais em que a leitura da régua de logos possa ficar comprometida, é permitida apenas a aplicação da logo Viva Água Miringuava.



\*Imagens meramente ilustrativas. Gettyimages.

# viva água

cuidar do **Rio Miringuava**  
é proteger a vida