



viva água

cuidar da **Baía de Guanabara**
é proteger a vida

MANUAL DE MARCA

Sumário

O VIVA ÁGUA BAÍA DE GUANABARA

A importância do manual de marca **03**

O movimento Viva Água Baía de Guanabara **04**

TOM DE VOZ

Nosso tom de voz **05**

Sobre o que falamos / Sobre que não falamos **06**

LOGOMARCA

A marca Viva Água Baía de Guanabara **07**

Aplicações em fundos diversos **08**

Escala de cinzas **09**

Área de proteção da marca **10**

Redução máxima da marca **11**

ELEMENTOS BÁSICOS

Esquema cromático **12**

Gradientes **13**

Combinação de cores **14**

Família tipográfica **15**

Hashtag **16**

Régua de Logos **17**

Uso indevido **19**

Uso ideal **20**

Utilização do grafismo **22**

Exemplos de aplicação **23**

A importância do manual de marca

O Viva Água Baía de Guanabara 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 Baía de Guanabara

Em 2019, a Fundação Grupo Boticário realizou o Oásis Lab Baía de Guanabara, reunindo mais de 100 atores de diferentes setores para cocriar soluções para os grandes desafios da região que é o cartão-postal do Brasil.

Analizamos o território, as demandas, as peculiaridades, os desafios e o histórico. Promovemos a união de iniciativas que já aconteciam e criamos pontes entre projetos que tinham sintonia.

Esse é o nosso objetivo: conectar. As pessoas, as iniciativas, os investimentos. Unir forças e criar uma visão comum, um projeto coletivo. Coletivo entre as instituições e coletivo para a sociedade.

A evolução do modelo de cocriação aconteceu no final de 2021, com o lançamento de um grande movimento: **o Viva Água Baía de Guanabara.**

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 para a segurança hídrica e a adaptação às mudanças climáticas, incentivando o empreendedorismo sustentável.

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 Baía de Guanabara.

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.

A Marca Viva Água Baía de Guanabara

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

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

Versão principal da marca:

viva  água

cuidar da **Baía de Guanabara**
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 preferência sempre ao uso da marca na **VERSÃO PRINCIPAL**.

Aplicação da marca positiva (preferencial):

viva  água
cuidar da **Baía de Guanabara**
é proteger a vida

Aplicação da marca negativa:

viva  água
cuidar da **Baía de Guanabara**
é proteger a vida

viva  água
cuidar da **Baía de Guanabara**
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 nas quais 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 preferência sempre ao uso da marca na **VERSÃO PRINCIPAL**.

Aplicação em Preto 100%

viva  água

cuidar da **Baía de Guanabara**
é proteger a vida

Aplicação em Preto 60%

viva  água

cuidar da **Baía de Guanabara**
é proteger a vida

Área de proteção da marca

Devemos manter um espaço mínimo entre a logomarca do Viva Água Baía de Guanabara e outros elementos.

A área de proteção é medida com base no tamanho do “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

viva  água

cuidar da **Baía de Guanabara**
é proteger a vida

viva  água

cuidar da **Baía de Guanabara**
é proteger a vida

viva  água

cuidar da **Baía de Guanabara**
é proteger a vida



largura = 5cm



CMYK
75 5 5 0
#4e4990



CMYK
0 75 65 0
#5eae9



CMYK
0 40 100 0
#e3a716



CMYK
0 20 55 0
#f2d287



CMYK
95 20 20 0
#058cb2



CMYK
85 50 0 0
#4171b1



CMYK
85 45 100 50
#2f4825



CMYK
80 70 45 40
#393e4e

Esquema cromático

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

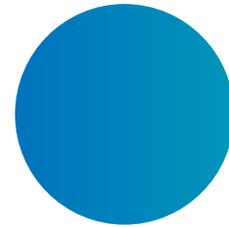
Já a **paleta secundária** apresenta as cores de suporte, que têm um papel mais funcional: são utilizadas em detalhes, como na iconografia. Deve ser utilizada com especial atenção para não prejudicar ou descaracterizar a identidade da marca.

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

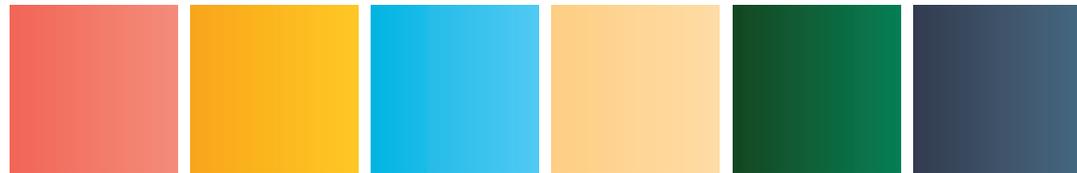
Gradientes

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

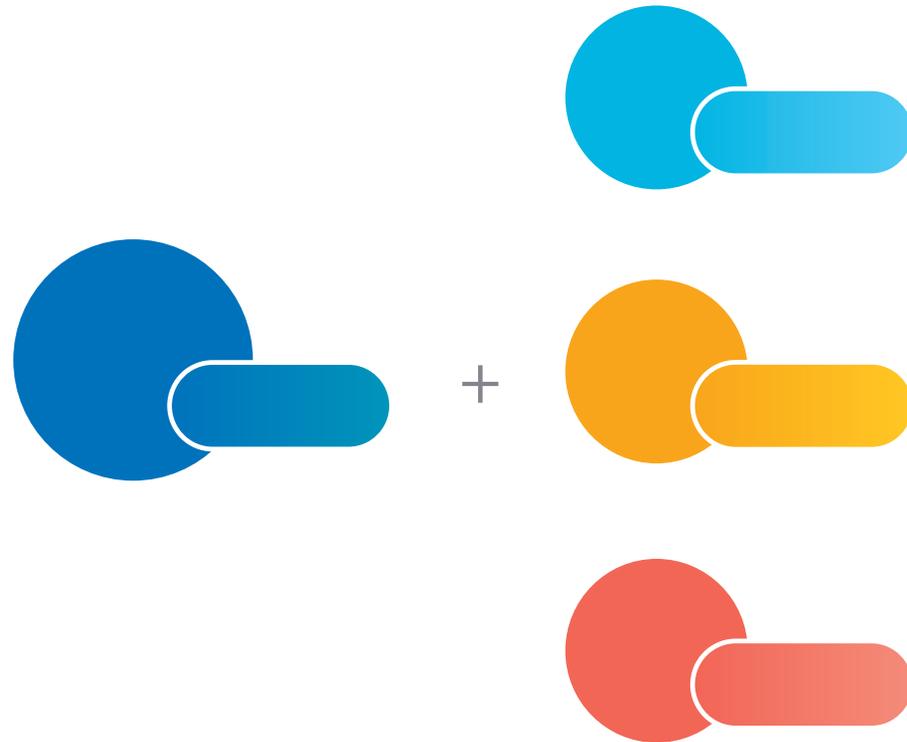


GRADIENTE / ESQ.SECUNDÁRIO



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 Baía de Guanabara 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.

AaBbCc

Overpass Mono
Light

AaBbCc

Overpass Mono
Regular

Própria para títulos e chamadas curtas.

AaBbCc

**Overpass Mono
Bold**

AaBbCc

Overpass Bold

Própria para títulos e subtítulos.

AaBbCc

Overpass Regular

Própria para textos mais extensos.

AaBbCc

Overpass Light

Hashtag

#VivaAguaGuanabara

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 **#VivaAguaBaiadeGuanabara** deve ser utilizada sempre que forem feitas publicações relacionadas ao tema, facilitando ao público encontrar esses 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 **#VivaAguaBaiadeGuanabara**. São elas:

#ProtegerAVida

#VivaAgua

#ÁguaÉVida

Régua de Logos | 1 linha

Régua de logos

A régua de logos com os Realizadores e a 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.

REALIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:



Régua de Logos | 1 linha

Régua de logos

A régua de logos 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.

REALIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:



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. Getty/Images.

Uso ideal

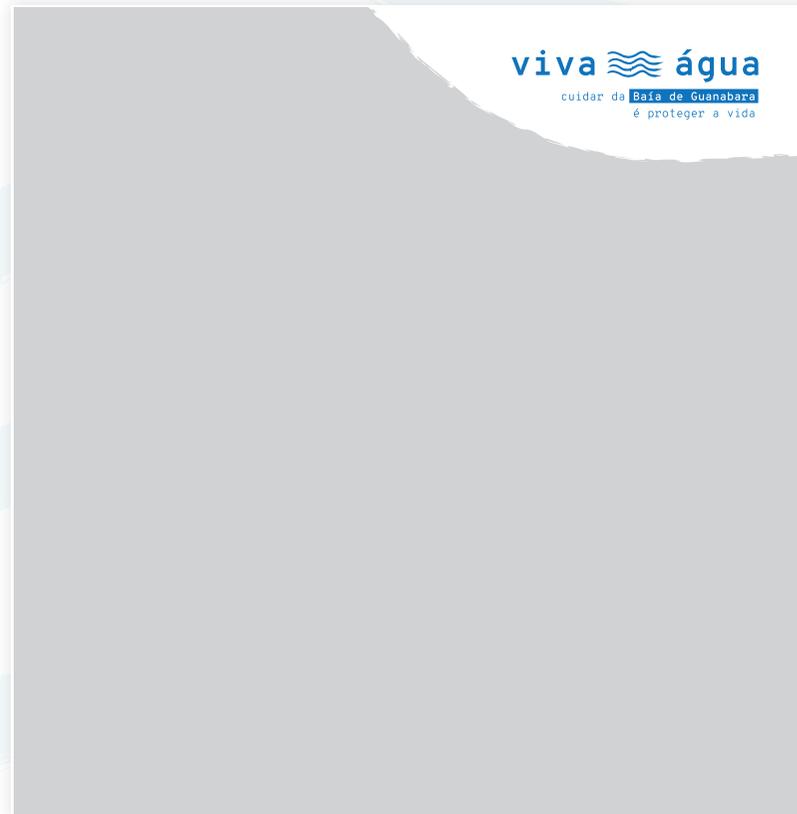
Procure aplicar a logo em sua versão principal sobre imagens e fundos que não prejudiquem a sua legibilidade, como exemplificado ao lado:

*Imagens meramente ilustrativas. GettyImages.



Uso ideal

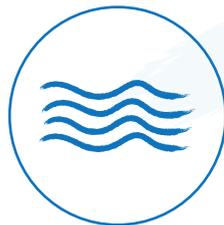
Indicamos como recurso de proteção da marca um elemento gráfico que combina com a identidade visual e pode ser aplicado em qualquer material na posição indicada:



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

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 em um post.



*Imagens meramente ilustrativas. Gettyimages.

Exemplos de aplicação

Quando a imagem a ser utilizada não apresenta espaço ou contraste suficiente para que a versão principal da marca Viva Água Guanabara 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

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 Guanabara 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 Baía de Guanabara.



*Imagens meramente ilustrativas. Gettyimages.

viva  água

cuidar da Baía de Guanabara
é proteger a vida