





**Aquaculture
Brasil**

BEM VINDO

Este Brandbook foi desenvolvido para garantir a consistência e a coerência da identidade visual da marca Aquaculture Brasil em todas as suas aplicações. Aqui, estão definidas as diretrizes essenciais que orientam o uso correto da marca-mãe, suas submarcas, e todos os elementos visuais que compõem sua identidade.

A marca possui um símbolo e logotipo que garante reconhecimento e solidez no mercado que atuamos. Além disso, as cores institucionais foram cuidadosamente selecionadas para transmitir nossa personalidade, enquanto a tipografia reforça nossa comunicação.

Seguir estas diretrizes assegura que a marca se mantenha forte, coesa e reconhecível em todos os pontos de contato que produzimos.

Caso haja dúvidas no uso da marca Aquaculture Brasil ou de algum dos seus produtos digitais, entre em contato conosco.

Boa leitura.



Marca / Símbolos / Espaçamento



SÍMBOLO

O símbolo de uma marca é um elemento visual essencial para sua identidade. Ele facilita o reconhecimento, diferencia a marca no mercado e fortalece a conexão emocional com o público.

O símbolo da Aquaculture Brasil foi projetado para ser memorável, versátil e atemporal, garantindo sua aplicação eficaz em diferentes contextos e mídias.

14 1/2 x



28 x

VERSÕES DE MARCA

Para garantir a máxima versatilidade e adaptação da identidade visual em diferentes formatos e mídias, é essencial contar com versões horizontal e vertical do logo.

A versão horizontal é a principal da Aquaculture Brasil, pois além de se adaptar melhor a espaços alongados (como cabeçalhos de sites, assinaturas de e-mail, papéis timbrados e peças publicitárias) garante uma visualização mais ampla do logotipo da marca. Sua leitura costuma ser mais fluida, especialmente em ambientes digitais.

Já a versão vertical é ideal para espaços mais compactos ou com formato quadrado, como perfis de redes sociais, parcerias, aplicações em etiquetas, selos e outros materiais com restrição de largura.

Dessa forma ampliamos significativamente sua aplicabilidade, garantindo legibilidade, presença e consistência visual em qualquer contexto. A escolha correta da versão deve considerar sempre o suporte, a escala e o equilíbrio visual da composição.

Versão Horizontal

01



Versão Vertical

02



Área de segurança

03



Nota: Deve-se aplicar a mesma área de segurança de 1/2 X para a versão vertical da marca.

LOGOTIPO

A logotipia da marca utiliza como base a fonte Verdana, uma escolha estratégica que reforça seu compromisso com a comunicação acadêmica e a credibilidade no setor de aquicultura. Sendo uma das fontes recomendadas pela norma ABNT para artigos científicos, a Verdana transmite clareza, acessibilidade e profissionalismo. Sua estrutura legível e moderna garante uma identidade forte e confiável, alinhando a marca ao seu propósito.

Ela foi escolhida e ajustada para compor, junto ao símbolo, a identidade visual única da Aquaculture Brasil. Por isso, é fundamental que essa tipografia não seja utilizada de maneira livre como elemento gráfico ou textual sem a aprovação da equipe de marketing.

Para materiais institucionais e peças de comunicação, devem ser utilizadas as fontes institucionais definidas, mantendo a distinção clara entre texto corrido e marca registrada.

Aquaculture Brasil

USO DO LOGO

O logo deve ser aplicado corretamente para garantir reconhecimento e consistência. Seu uso deve seguir sempre as diretrizes estabelecidas, respeitando proporções, cores e integridade visual.

O que não fazer:

- X** Não distorcer – Evite esticar, comprimir ou alterar as proporções do logotipo. Ele deve ser sempre escalado proporcionalmente.
- X** Não modificar as cores – Utilize apenas as cores definidas na paleta oficial. Alterações podem comprometer a identidade da marca.
- X** Não adicionar efeitos – Sombreamentos, brilhos, degradês ou contornos extras não devem ser aplicados ao logotipo.
- X** Não rotacionar – O logotipo deve ser sempre mantido em sua orientação original.
- X** Não alterar a tipografia – A fonte do logotipo faz parte da identidade da marca e não pode ser substituída ou modificada.
- X** Não inserir sobre fundos poluídos – Para garantir legibilidade e destaque, evite aplicar o logotipo sobre imagens confusas ou cores que reduzam seu contraste.



uso preferencial



não utilizar em cores que não estejam previstas nesse brandbook



não distorcer a marca



tamanho mínimo sugerido



negativo



evitar o uso sem contraste



evitar o uso sem contraste

SUBMARCAS

As duas submarcas da Aquaculture tem por função uma estratégia de branding para modernizar a marca sem comprometer seu legado, permitindo inovação contínua, sem que a marca-mãe perca sua força, reconhecimento e credibilidade.

As submarcas devem ser utilizadas em seus respectivos canais, garantindo uma comunicação clara e organizada.

Submarca associada a itens de merchandise

01



Submarca associada ao audiovisual (vinhetas)

02



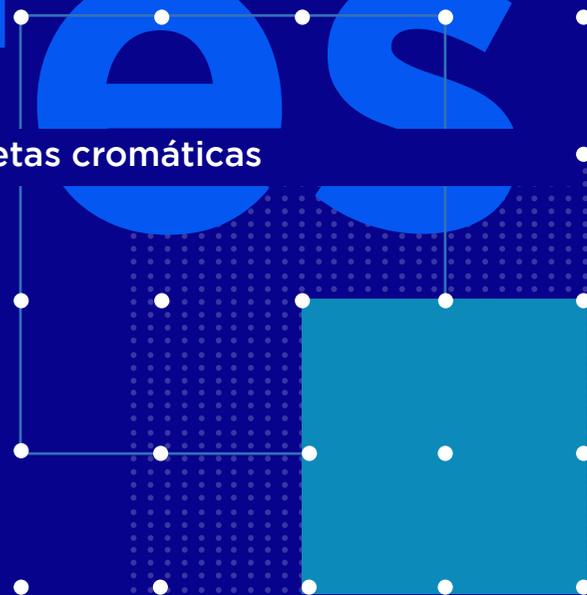
Exemplos de aplicação em merchandise





cores

Cores Institucionais / Paletas cromáticas



CORES PRINCIPAIS

A marca possui 3 cores principais: Azul Profundo a cor que representa o legado e a solidez da nossa marca, sendo tonalidade principal utilizada no portal. Essa escolha reflete a confiança, a seriedade e a profundidade do conteúdo que oferecemos, alinhando-se à nossa missão de ser referência em aquicultura.

Correnteza é a cor vibrante e dinâmica dedicada às mídias sociais e conteúdos em vídeo, representando movimento e inovação. Com um tom mais energético, ela capta a atenção do público e reforça o caráter interativo e atualizado das nossas plataformas digitais.

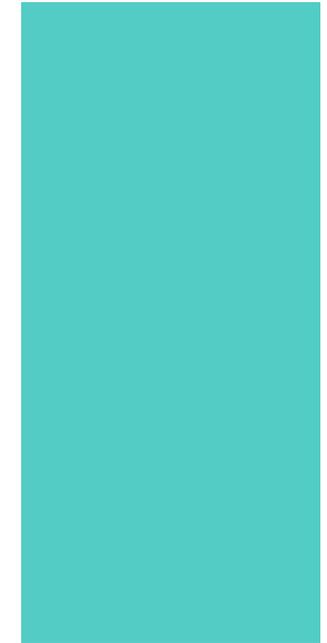
Brisa, por sua vez, é a cor escolhida para materiais relacionados à pesquisa científica, como os artigos publicados. Seu tom suave e claro transmite clareza, precisão e leveza, valores essenciais para o conteúdo técnico e acadêmico. Brisa evoca a ideia de conhecimento acessível e aberto, reforçando nosso compromisso com a divulgação científica de qualidade e a democratização da informação na aquicultura.



01.
Azul Profundo



02.
Correnteza



03.
Brisa

PALETA CROMÁTICA

As cores primárias e secundárias da marca devem ser utilizadas com equilíbrio para manter a identidade visual consistente. Em casos especiais, como na criação de gráficos e infográficos, é permitido o uso das cores da paleta em até 60% de saturação na composição. Essa flexibilidade garante que as informações sejam apresentadas de forma clara e visualmente harmônica, sem comprometer a identidade da marca.



01.
Azul Profundo

CMYK 100 / 98 / 10 / 10
RGB 7 / 3 / 140
HEX 07038C



04.
-

CMYK 83 / 56 / 0 / 0
RGB 3 / 112 / 214
HEX 0370D6



02.
Correnteza

CMYK 84 / 67 / 0 / 0
RGB 4 / 87 / 241
HEX 0457F1



05.
-

CMYK 82 / 34 / 12 / 0
RGB 1 / 138 / 186
HEX 018ABA



03.
Brisa

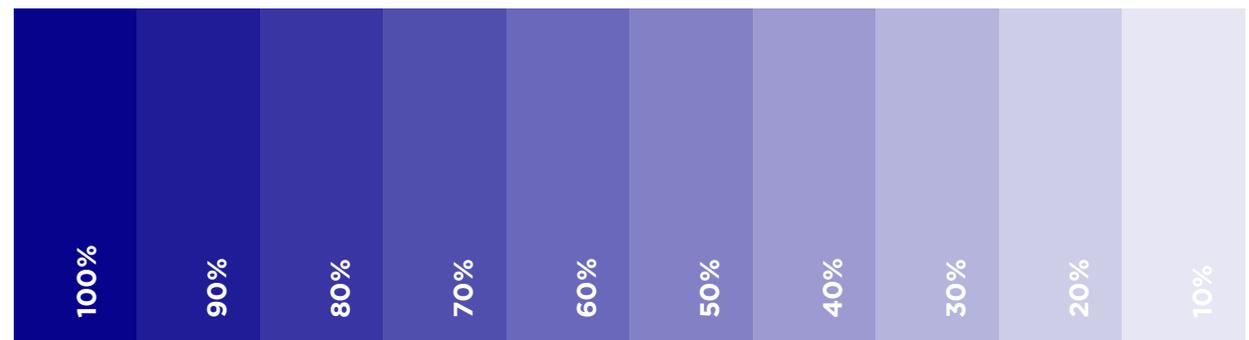
CMYK 59 / 0 / 28 / 0
RGB 84 / 204 / 198
HEX 54CCC6



06.
-

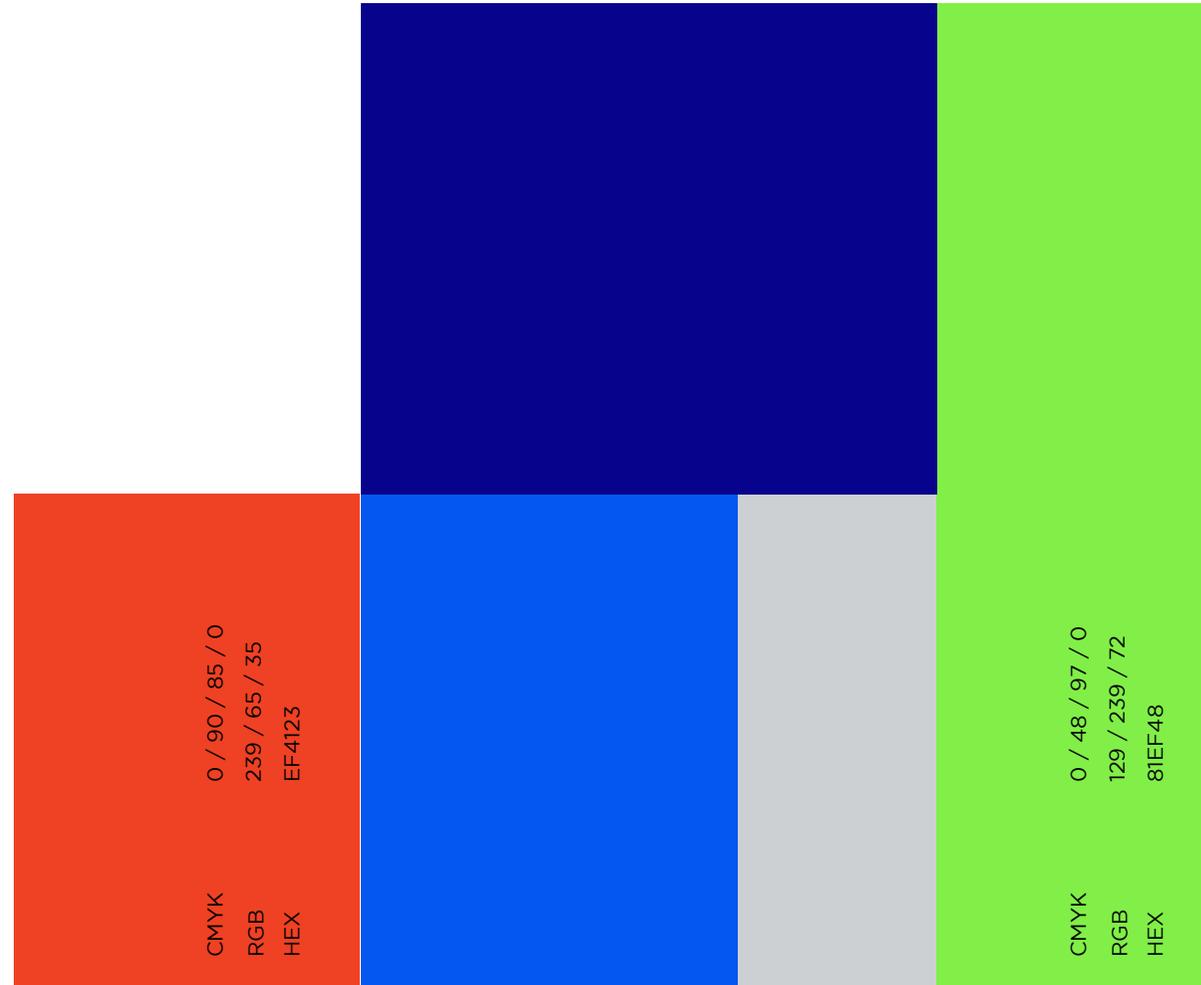
CMYK 80 / 13 / 42 / 0
RGB 0 / 163 / 159
HEX 00A39F

01. 02. 03. 04. 05. 06. 07. 08. 09. 10.



CORES ESPECIAIS

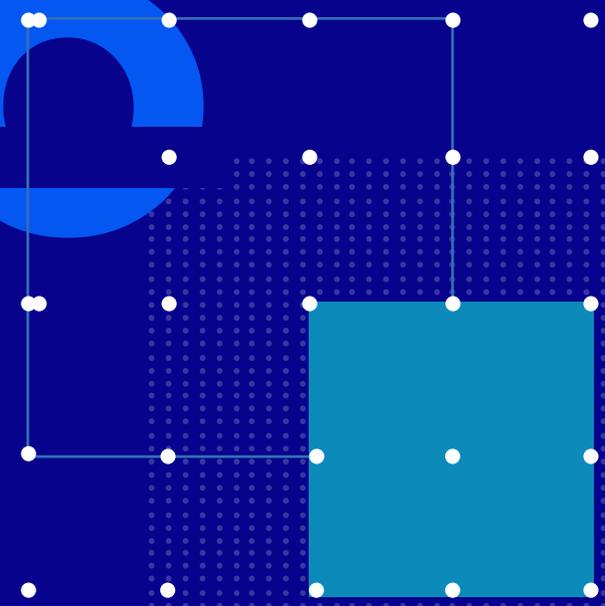
A marca possui duas cores especiais, reservadas para aplicações de destaque e momentos estratégicos. Seu uso deve ser feito com moderação e apenas em materiais que exijam ênfase diferenciada, como campanhas especiais ou elementos de chamada de atenção. Para garantir a consistência da identidade visual, qualquer aplicação dessas cores deve ser previamente aprovada pela equipe de marketing da Aquaculture Brasil.



03

tipo

Fontes



TIPOGRAFIA

A tipografia é um elemento essencial da identidade visual da marca, garantindo comunicação alinhada ao posicionamento. A fonte escolhida para representar a Aquaculture Brasil foi a Gotham, que é uma fonte que combina legibilidade, modernidade e credibilidade. Seu uso deve seguir as diretrizes estabelecidas para manter a consistência em todos os materiais.

Deve ser aplicada em títulos, textos e materiais oficiais, respeitando sempre pesos, tamanhos e espaçamentos recomendados. Em situações específicas, pode ser complementada por fontes secundárias validadas pelo time de marketing da Aquaculture Brasil, para que mantenham harmonia com a identidade visual da marca.

Gotham Font Family

1 2 3 4 5

01. 02. 03. 04. 05.

// Light // Book // Medium // Bold // Black

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj
KkLlMmNnOoPpQqRrSsTt
UuVvWwXxYyZz

