

MANUAL DA MARCA • 2026

ILHA DE PAQUETÁ

viva no seu tempo





*Uma marca construída
a partir da identidade
do lugar.*

ORIGEM DA MARCA

Uma marca que nasce de Paquetá

A marca Ilha de Paquetá nasce de uma escuta atenta ao território — da leitura de suas paisagens, da convivência com sua gente, da pesquisa sobre sua história e do reconhecimento dos ritmos que a tornam singular. Não se trata de uma criação imposta, mas de uma síntese visual e simbólica que emerge do próprio lugar.

Cada elemento desta identidade foi cuidadosamente escolhido para traduzir aquilo que Paquetá já é: um refúgio de tempo próprio, um pedaço vivo de memória carioca, um território de travessia entre o passado e o presente. A marca não inventa Paquetá — revela a identidade que já existe.

Uma ilha onde a vida encontra seu próprio ritmo.

Paquetá se apresenta como uma experiência singular na Baía de Guanabara — um território que equilibra história e presente, natureza e comunidade, tranquilidade e vitalidade. Mais do que promover um destino, a marca convida a uma experiência.

O tempo de Paquetá

Em Paquetá, o tempo tem outra medida. Ele não é contado em pressas nem em relógios: pulsa no vaivém das barcas, no ritmo das bicicletas, na sombra dos bungavilles e da Maria Gorda, no gesto sereno de quem habita a ilha há gerações. Essa relação particular com o tempo é o coração conceitual da marca.

A identidade traduz uma travessia — não apenas física, entre o continente e a ilha, mas sensível: da agitação para o repouso, do ruído para a escuta, da passagem para a permanência.

*Aqui, o tempo
ganha outro sentido.*



Um símbolo para a experiência de Paquetá

FORMA CIRCULAR

Continuidade, acolhimento, permanência.

LETRA P

Identidade própria e reconhecimento.

LINHAS ONDULADAS

Águas da baía e a travessia.



VELA - EMBARCAÇÃO

Relação histórica e afetiva com as águas.

ELEMENTO VEGETAL

Natureza, delicadeza e sustentabilidade.

Juntos, esses elementos unem água e terra, natureza e memória, movimento e permanência, chegada e pertencimento.

***viva
no seu
tempo.***

A assinatura carrega um duplo significado:
é ao mesmo tempo um convite para que cada pessoa viva
Paquetá em seu próprio ritmo e uma afirmação coletiva do
tempo singular de Paquetá.

Uma frase que acolhe sem impor, que sugere sem prescrever.

*O tempo de cada pessoa.
O tempo de Paquetá.*

Um tempo vivo

Em Paquetá coexistem tempos distintos: o tempo da natureza e das marés, o tempo histórico das casas e das ruas, o tempo cotidiano de quem vive e de quem visita. Preservar essa multiplicidade é preservar a própria Ilha — não como um lugar congelado no passado, mas como um território vivo, capaz de evoluir e se renovar sem perder sua identidade.

Preservar o tempo de Paquetá é permitir que a Ilha evolua sem perder aquilo que a torna única.

O que orienta a marca

01

Pertencimento

Fortalecer os vínculos entre pessoas e território.

02

Memória

Honrar as histórias, casas e gestos que atravessam gerações.

03

Acolhimento

Receber com serenidade, cuidado e presença verdadeira.

04

Natureza

Reconhecer a paisagem como patrimônio e ponto de partida.

05

Tranquilidade

Preservar uma experiência distinta do ritmo acelerado da cidade.

06

Autenticidade

Ser Paquetá — sem imitações, sem estereótipos.

07

Sustentabilidade

Cuidar hoje do que se quer preservar amanhã.

PERSONALIDADE

Serena, afetiva, inspiradora, próxima e acolhedora.

Tom de voz

A comunicação de Paquetá é próxima, poética mas acessível, afetiva sem sentimentalismo. Inspira sem exagerar; convida sem impor. Ancora-se na história sem se prender ao passado. É leve, mas nunca superficial; é séria, mas nunca burocrática. Busca dialogar com diferentes públicos, gerações, moradores e visitantes, sem apagar suas diferenças.

***Paquetá
não precisa
falar alto
para ser
percebida.***

Palavras que ajudam a contar Paquetá

USE

<i>travessia</i>	<i>acolhimento</i>	<i>pertencimento</i>
<i>memória</i>	<i>tempo</i>	<i>tranquilidade</i>
<i>ritmo próprio</i>	<i>natureza viva</i>	<i>encontro</i>
<i>permanência</i>	<i>cotidiano</i>	<i>identidade</i>

EVITE

~~paraíso intocado~~	~~cidade que parou no tempo~~
~~paraíso escondido~~	~~viagem ao passado~~
~~ilha exótica~~	~~ilha perdida~~
~~melhor da vida~~	~~lugar onde nada muda~~
~~destino congelado no tempo~~	

Expressões que reduzem Paquetá a estereótipos turísticos, romantizações genéricas ou clichês tropicais comprometem a singularidade da marca e a fazem parecer um destino qualquer. Devem ser evitadas para preservar a complexidade do território.

As histórias que a marca deve contar

01

Natureza e paisagem

A ilha como território vivo — águas, vegetação, luz e horizontes que compõem sua identidade sensível.

02

História e memória

As casas, os monumentos e as narrativas que atravessam séculos e permanecem presentes.

03

Vida e comunidade

O cotidiano de quem habita Paquetá — gestos, relações e a hospitalidade que constrói o lugar.

04

Experiências

Modos de habitar a ilha em seu próprio ritmo — caminhar, contemplar, escutar, permanecer.

05

Produção local

O empreendedorismo, o artesanato, os serviços e a economia criativa que contribuem para a vitalidade econômica e cultural da Ilha.

06

Preservação e futuro

O compromisso com a sustentabilidade — natural, cultural e social — que contribui para preservar a Paquetá de amanhã.

A marca

Versão principal: verde.

Versões cromáticas alternativas: apenas quando houver necessidade de adequação à composição gráfica, sempre dentro da paleta institucional.

Versão negativa: para fundos escuros que garantam contraste adequado.

Versão sem a assinatura: para tamanhos pequenos.



Principal • positiva



Negativa



Sem assinatura



Cromática alternativa



Cromática alternativa



Cromática alternativa

Sistema visual

PALETA CROMÁTICA

 Azul Baía	 Verde Ilha	 Branco
#25528C C82 M60 Y15 K2 R37 G82 B140	#074025 C85 M40 Y95 K50 R7 G64 B37	#FFFCFC C0 M0 Y0 K0 R255 G252 B252
 Areia	 Terracota	
#D9C6A3 C15 M20 Y40 K0 R217 G198 B163	#D9653D C10 M70 Y80 K0 R217 G101 B61	

As cores da marca Ilha de Paquetá foram escolhidas a partir de elementos presentes na paisagem da Ilha e ajudam a traduzir sua identidade visual.

O Azul Baía remete ao céu de Paquetá e à amplitude de sua paisagem.

O Verde Ilha representa a natureza, a vegetação e a presença viva do território.

O Terracota evoca as tonalidades alaranjadas do nascer e do pôr do sol, momentos marcantes da experiência insular.

O Areia faz referência à areia das praias e aos tons naturais da Ilha.

O Branco remete às nuvens, à leveza e à luminosidade da paisagem.

Juntas, essas cores formam uma paleta inspirada na própria experiência visual de Paquetá.

Sistema visual

TIPOGRAFIA

Poppins

Tipografia institucional · títulos, supertítulos, assinaturas.

A tipografia é parte fundamental da identidade visual da marca Ilha de Paquetá.

A família Poppins foi definida como tipografia institucional por sua clareza, contemporaneidade e versatilidade. Sua construção geométrica oferece boa legibilidade e permite criar diferentes níveis de hierarquia sem perder unidade visual.

A Poppins deve ser utilizada em todos os materiais institucionais, promocionais e digitais vinculados à marca.

- Poppins Bold** – Títulos principais
Usada para chamadas de maior destaque e títulos de páginas.
- Poppins SemiBold** – Subtítulos e informações de destaque
Utilizada para criar hierarquia entre títulos e textos corridos.
- Poppins Medium** – Intertítulos, legendas e pequenos destaques
Adequada para informações que precisam ser valorizadas sem competir com o título principal.
- Poppins Regular** – Textos corridos
Utilizada em textos institucionais, explicativos e informativos.
- Poppins Italic** — Ênfases e frases de destaque
Utilizada pontualmente para conferir ênfase e diferenciação a frases conceituais, sem substituir os pesos principais da hierarquia.

Poppins Bold	Viva Paquetá no seu tempo
Poppins SemiBold	Uma ilha de natureza, memória e encontros
Poppins Regular	Descobrir Paquetá é permitir-se experimentar outro ritmo, aproximando:
Poppins Italic	<i>paisagem, histórias e vida cotidiana.</i>
Poppins Medium	Ilha de Paquetá · Rio de Janeiro

Espaço e legibilidade

Ao redor da marca deve haver uma área livre mínima — sem outros elementos gráficos, textos ou ruídos visuais — equivalente a uma unidade X, definida pela altura da letra “a” do logotipo. Esse respiro garante a legibilidade e a força visual da marca em qualquer aplicação.

TAMANHOS MÍNIMOS:

Marca Completa

Impresso · 30 mm de largura

Digital · 140 px de largura

Marca sem assinatura

Impresso · 20 mm de largura

Digital · 100 px de largura

Em aplicações, mantenha proporções originais e nunca comprima o arquivo abaixo dos mínimos indicados. .



X = altura da letra a

Preserve a integridade da marca

Toda alteração descaracteriza a identidade. As aplicações abaixo são vedadas.



Distorção



Alteração de proporção



Rotação



Alteração de cor



Troca tipográfica



Reposicionamento



Sombras e efeitos



Contornos



Fundo inadequado



Modificação da assinatura

Não utilizar a marca sobre fotografia sem contraste suficiente.

Uma marca que se constrói no uso.

Esta marca é uma referência compartilhada — para o turismo, a cultura, a memória, a sustentabilidade, o empreendedorismo local e a comunicação institucional. Seu uso responsável, coerente com os princípios aqui apresentados, é o que contribui para fortalecer e preservar a identidade que a marca representa. Que cada aplicação seja uma travessia cuidadosa.

