



Manual **simplificado**
de **IDENTIDADE VISUAL**

Cliente: Haras GTS

Propriedade rural especializada na criação, reprodução,
treinamento e comercialização de cavalos
da raça Manga Larga Marchador.

Rebranding - *Haras GTS*

O DESAFIO

O principal desafio deste projeto foi modernizar a identidade visual do Haras GTS sem romper com sua história e reconhecimento construídos ao longo dos anos. As versões anteriores já possuíam elementos importantes para a identificação da marca, especialmente a associação ao universo equestre e à sigla GTS, porém apresentavam limitações em legibilidade, consistência gráfica e capacidade de aplicação nos diferentes meios de comunicação.

O rebranding foi desenvolvido com o objetivo de preservar os principais ativos visuais da marca, respeitando sua trajetória e o vínculo emocional estabelecido com seu público. Em vez de promover uma mudança radical, a proposta consistiu em uma evolução natural da identidade, tornando sua comunicação mais contemporânea, equilibrada e preparada para os desafios atuais, tanto no ambiente digital quanto nas aplicações físicas.

BRIEFING

O novo sistema de identidade deveria atender aos seguintes requisitos:

- Manter a história e a tradição do Haras GTS.
- A logo deveria ter uma versão vertical e uma horizontal mas preservando os principais elementos de reconhecimento das identidades anteriores.
- Modernizar a comunicação visual sem descaracterizar a marca, desenvolvendo uma identidade mais elegante, sólida e institucional.
- Criar um símbolo exclusivo, memorável e de fácil identificação.
- Melhorar a legibilidade da marca em todos os tamanhos e aplicações.
- Organizar a hierarquia entre símbolo, tipografia e assinatura.

Avaliação do Rebranding

A estratégia adotada priorizou a simplificação da linguagem visual, preservando elementos conceituais da marca original enquanto modernizava sua comunicação para torná-la mais versátil e duradoura.

Antes



A identidade anterior apresentava características que limitavam sua aplicação e seu posicionamento.

- Baixa padronização entre símbolo, tipografia e elementos gráficos.
- Excesso de elementos visuais competindo pela atenção.
- Estilos gráficos diferentes reunidos na mesma composição, comprometendo a unidade da identidade.
- Ilustrações do cavalo com traços excessivamente detalhados e pouco consistentes.
- Hierarquia visual pouco definida entre o nome do haras e os demais elementos.
- Legibilidade reduzida em aplicações de pequeno formato.
- Uso de tipografias sem unidade estética, dificultando a percepção de uma identidade sólida.
- Escalabilidade limitada, principalmente em mídias digitais e bordados.
- Pouca versatilidade para aplicações monocromáticas e de baixo contraste.
- Composição visual desequilibrada, com distribuição irregular dos pesos gráficos.
- Símbolo sem personalidade suficientemente marcante para funcionar de forma independente.
- Linguagem visual datada em relação às tendências atuais de branding.
- Baixa memorabilidade do conjunto visual.
- Dificuldade em manter consistência entre diferentes materiais de comunicação.
- Pouca flexibilidade para criação de um sistema de identidade visual completo.

PRINCIPAIS MELHORIAS



Essência preservada.

- Preservação da essência e da identidade histórica do Haras GTS.
- Simplificação dos elementos gráficos, reduzindo excessos visuais.



Simbologia atualizada

- Criação de um símbolo exclusivo com maior força institucional.
- Atualização da representação do cavalo com uma linguagem mais sofisticada e memorável.
- Melhor organização da hierarquia entre símbolo, nome e assinatura.



Adequação visual

- Aumento significativo da legibilidade em diferentes tamanhos.
- Tipografia mais robusta, elegante e de fácil leitura.
- Melhor equilíbrio entre proporções, espaçamentos e composição.
- Identidade mais versátil para aplicações impressas e digitais.
- Facilidade de reprodução em materiais promocionais, uniformes, veículos, fachadas e redes sociais.
- Maior consistência visual entre todas as aplicações da marca.



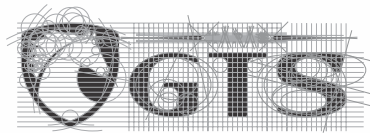
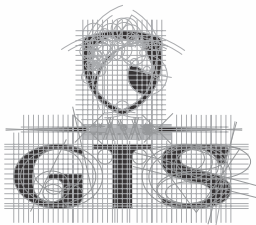
Comunicação alinhada aos valores de tradição, qualidade, confiança e excelência.



Visual mais atemporal, reduzindo a necessidade de atualizações frequentes.



Construção *da nova marca.*



Depois

O rebranding do Haras GTS consolidou uma identidade visual mais madura, equilibrada e preparada para atender às necessidades da comunicação contemporânea. A nova marca preserva a tradição construída ao longo dos anos, mantendo sua forte conexão com o universo equestre, mas adota uma linguagem gráfica mais limpa, sofisticada e atemporal. O novo símbolo do cavalo, aliado à tipografia refinada e à composição racional, resulta em uma identidade de maior impacto visual, fácil reconhecimento e excelente desempenho em diferentes escalas e suportes.

Um dos principais avanços do projeto é a transformação da marca em um verdadeiro sistema de identidade visual. Diferentemente das versões anteriores, que dependiam de uma única composição, a nova identidade foi concebida para ser utilizada em diferentes configurações, permitindo maior flexibilidade sem comprometer sua unidade visual. A marca pode ser aplicada em sua versão vertical institucional, ideal para materiais oficiais; na versão horizontal, mais adequada para fachadas, veículos, mídias digitais e formatos panorâmicos; e também por meio de seu ícone, que sintetiza a essência da identidade e amplia suas possibilidades de aplicação em redes sociais, favicons, assinaturas, selos, bordados, brindes e demais materiais onde o espaço é reduzido.

Essa evolução fortalece significativamente o posicionamento do Haras GTS perante clientes, parceiros e investidores, transmitindo uma imagem de maior profissionalismo, organização e credibilidade. Ao mesmo tempo, estabelece uma identidade consistente, escalável e preparada para acompanhar o crescimento da marca nos próximos anos. Mais do que uma atualização estética, o rebranding entrega uma plataforma visual completa, capaz de preservar a história do Haras GTS enquanto projeta sua imagem para o futuro com versatilidade, eficiência e alto poder de reconhecimento.



Atenção!

A identidade da marca deve ser utilizada exclusivamente conforme definido acima, respeitando suas três versões oficiais e sem qualquer tipo de modificação. Não é permitido aplicar a marca adicionando ou removendo elementos, modificar a tipografia ou o símbolo, comprimir ou esticar suas proporções, rotacioná-la, aplicar efeitos gráficos ou qualquer outra intervenção que comprometa sua integridade visual. O cumprimento dessas diretrizes assegura a consistência, o reconhecimento e a força da identidade em todos os seus pontos de contato.

Cores:

A paleta cromática do Haras GTS foi construída com base em referências históricas, culturais e simbólicas profundamente ligadas ao universo equestre. O verde escuro assume o protagonismo da identidade por representar tradição, estabilidade e conexão com a terra. Historicamente, essa cor está associada aos grandes campos, pastagens e áreas rurais que servem de cenário para a criação de cavalos ao redor do mundo. Sua presença remete ao ambiente natural dos haras, reforçando valores como equilíbrio, cuidado, crescimento e respeito às origens. Além disso, o verde é amplamente utilizado em instituições tradicionais por transmitir confiança, solidez e longevidade.

O dourado complementa essa narrativa ao representar excelência, conquista e prestígio. Ao longo da história, o ouro esteve associado à nobreza, à prosperidade e às distinções de mérito, tornando-se uma cor frequentemente presente em brasões, escudos e símbolos de famílias tradicionais. No contexto equestre, o dourado também remete às premiações, aos campeonatos e ao reconhecimento da qualidade genética e do desempenho dos animais, atributos diretamente relacionados à proposta de valor do Haras GTS.

Como complemento à paleta principal, a identidade também adota o preto 100% como uma cor institucional de apoio, utilizada prioritariamente como fundo em aplicações especiais. O preto reforça a percepção de sofisticação, autoridade e exclusividade, criando um ambiente visual de alto contraste que valoriza o dourado e evidencia os detalhes da marca. Sua utilização amplia a versatilidade do sistema de identidade, permitindo aplicações mais elegantes em materiais premium, apresentações institucionais, brindes, embalagens, comunicação digital e peças comemorativas, sem descaracterizar a essência visual da marca.

A combinação entre verde, dourado e preto possui forte influência na estética clássica dos haras e centros de criação de cavalos de alto padrão, especialmente na Europa e nas Américas, onde essas cores são frequentemente utilizadas para comunicar tradição, exclusividade e vínculo com o campo. Enquanto o verde representa a origem e a conexão com a natureza, o dourado simboliza excelência e prestígio, e o preto agrega imponência, requinte e modernidade. Juntas, essas cores formam uma identidade visual elegante, atemporal e altamente reconhecível.

Mais do que uma escolha estética, a paleta cromática do Haras GTS funciona como um elemento estratégico de posicionamento. Cada cor desempenha um papel específico na construção da personalidade da marca, reforçando a imagem de uma instituição que valoriza sua história, respeita suas raízes e projeta seu futuro com a mesma excelência, força e nobreza que caracterizam o universo equestre.

Representação oficial



Background.

C80 M0 Y39 K76

PANTONE
343 U·C

R 12 G 61 B 37
#0C3D25



Background 2

C0 M0 Y0 K100

PANTONE
Black U·C

R 55 G 52 B 53
#373435



Marca.

C0 M20 Y60 K20

PANTONE
7509 U·C

R 210 G 174 B 109
#D2AE6D

Aplicações *da marca*



Tamanho mínimo: 4,5cm de largura

Tamanho mínimo: 3cm de largura

Tamanho mínimo: 1cm de largura





Em caso de dúvidas, necessidade de suporte sobre a marca ou se sua empresa precisa de uma identidade visual profissional, embalagens que vendem ou uma estratégia de comunicação mais eficiente, entre em contato imediatamente:



+ 55 21 9 8339 0436

CHAME AGORA!



diegoartistadigital.com.br

SAIBA MAIS!

