





Manual da marca



Sumário

1. identidade visual

2. Logomarca

- 2.A Logomarca completa positiva
- 2.B Logomarca completa negativa
- 2.C Logomarca simplificada positiva
- 2.D Logomarca simplificada negativa
- 2.E Logomarca em tons de cinza positiva
- 2.F Logomarca em tons de cinza negativa
- 2.G Logomarca monocromática positiva
- 2.H Logomarca monocromática negativa
- 2.I Zona de exclusão
- 2.J Nome da cidade

3. Paleta de cores

- 3.A Cores CMYK
- 3.B Cores RGB
- 3.C Cores HEX

4. Uso incorreto

- 4.A Quanto à proporção
- 4.B Quanto à disposição
- 4.C Quanto à zona de exclusão
- 4.D Quanto às cores
- 4.E Quanto ao plano de fundo

pág. 04

pág. 05

- pág. 06
- pág. 07
- pág. 08
- pág. 09
- pág. 10
- pág. 11
- pág. 12
- pág. 13
- pág. 14
- pág. 15

pág. 16

- pág. 17
- pág. 17
- pág. 17

pág. 18

- pág. 19
- pág. 19
- pág. 19
- pág. 19
- pág. 20

- 4.F Quanto ao uso de bordas
- 4.G Quanto à rotação

- pág. 20
- pág. 20

5. Tipografia

- 5.A Família
- 5.B Títulos
- 5.C Destaques
- 5.D Parágrafos

- pág. 21
- pág. 22
- pág. 23
- pág. 23
- pág. 23

6. Onde usar cada versão

- 6.A Necessidade
- 6.B Finalidade
- 6.C Viabilidade
- 6.D Conformidade
- 6.E Quadro comparativo de versão da logomarca

- pág. 24
- pág. 25
- pág. 25
- pág. 25
- pág. 25
- pág. 26

7. A identidade visual e as fachadas dos templos

- 7.A Fachadas largas coloridas
- 7.B Fachadas estreitas coloridas
- 7.C Fachadas verticais coloridas
- 7.D Fachadas em metal
- 7.E Fachadas em letra caixa

- pág. 27
- pág. 28
- pág. 29
- pág. 30
- pág. 31
- pág. 32


8. Pacote de ícones

- 8.A Ícones básicos

- pág. 33
- pág. 34

1. Identidade visual

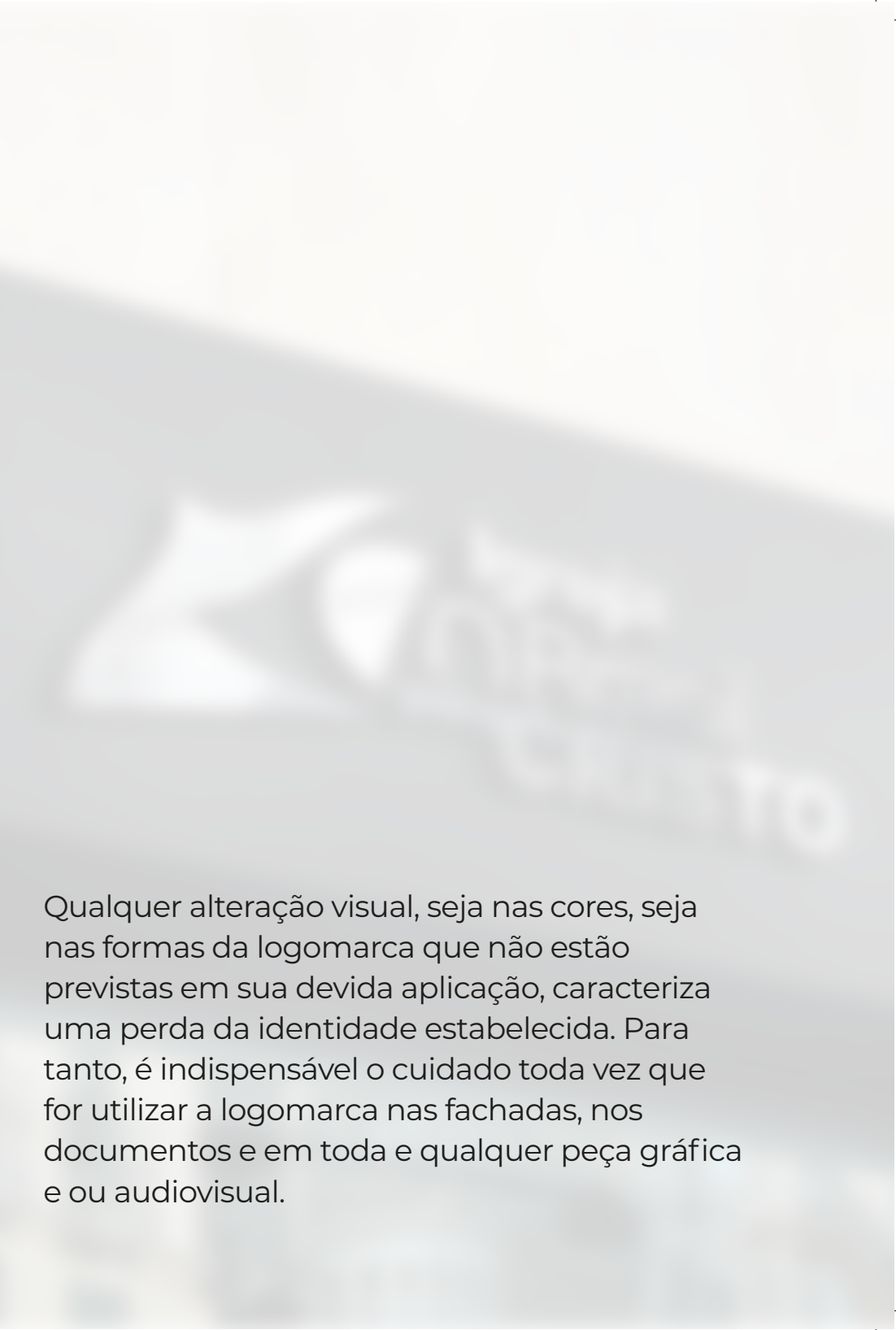
Entende-se por identidade visual de uma instituição todos os elementos gráficos e visuais utilizados na comunicação e personalização de locais, de documentos e de peças gráficas, tais como: logomarca, paleta de cores, tipografia, etc.



A adequação, ou padronização desses elementos, garante a uniformidade necessária para preservação visual da identidade da instituição. Sempre alinhada com o conceito proposto para marca.

2. Logomarca

A logomarca é a representação gráfica de um símbolo com as respectivas cores e elementos juntamente com um conjunto de letras, o lettering, que identificam o nome de uma instituição. Nossa denominação, desde muito tempo, é conhecidamente identificada pelo ícone da bandeira brasileira tremulando ao lado do nome “Igreja O Brasil Para Cristo”.

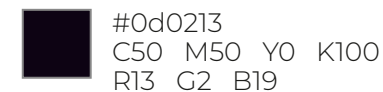
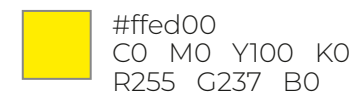
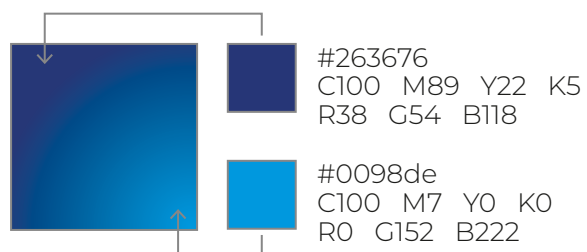
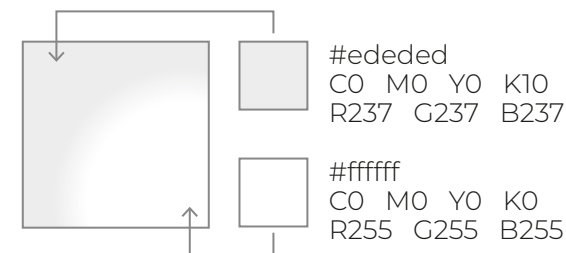
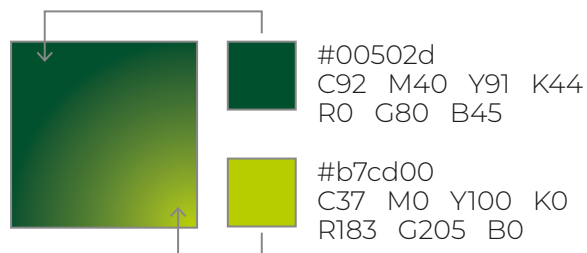


Qualquer alteração visual, seja nas cores, seja nas formas da logomarca que não estão previstas em sua devida aplicação, caracteriza uma perda da identidade estabelecida. Para tanto, é indispensável o cuidado toda vez que for utilizar a logomarca nas fachadas, nos documentos e em toda e qualquer peça gráfica e ou audiovisual.

2.A Logomarca completa positiva¹

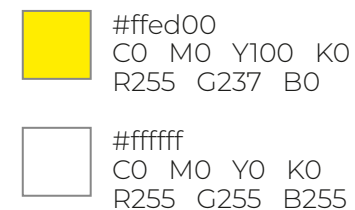
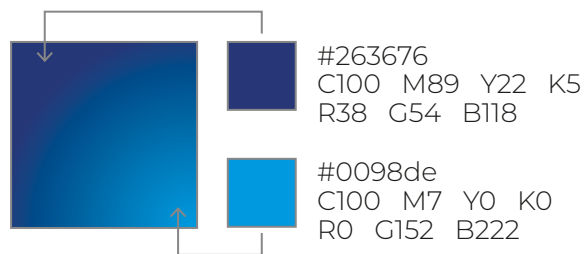
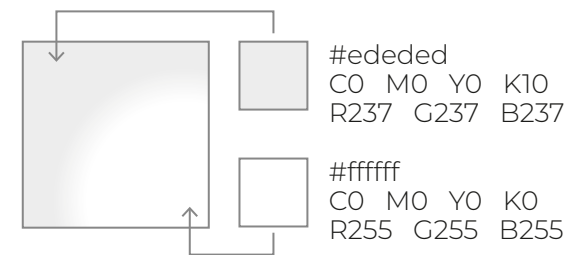
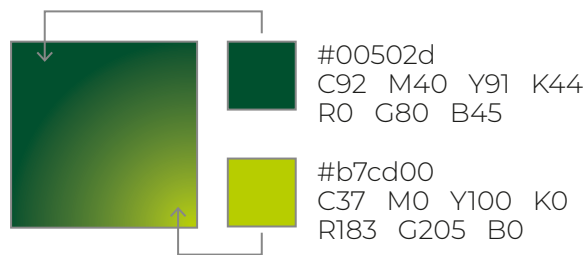
A aplicação completa da logomarca contempla o uso da integralidade dos elementos e das cores estabelecidas. Se trata de uma aplicação em policromia (colorida) com todas as variações de tons e detalhes em gradientes que houver. Nesse caso, a cor do fundo onde a logomarca será aplicada deve estar prevista neste manual. Nesta versão da marca, são preservados o ícone e o conjunto de caracteres do logotipo.

¹ O termo positiva significa que a logomarca será aplicada em um fundo claro, geralmente na cor branca.



2.B Logomarca completa negativa

O termo negativa significa que a logomarca será aplicada sobre um fundo escuro, com uma cor de peso maior que das cores da logo. No caso de uso da logo completa, a única alteração que ocorrerá será a troca da cor preta do lettering pela cor branca.





2.C Logomarca simplificada positiva¹

Essa versão dispensa variações de tons e gradientes de cores. Utiliza as chamadas cores chapadas. Essa geralmente é a versão mais aplicada, já que é facilmente utilizada na serigrafia e bordados de vestuário, no recorte eletrônico e utilização de materiais sólidos nas fachadas.


¹ O termo positiva significa que a logomarca será aplicada em um fundo claro, geralmente na cor branca.



 #608f33
C70 M28 Y100 K0
R96 G143 B51

 #1964ae
C89 M58 Y0 K0
R25 G100 B174

 #ffed00
C0 M0 Y100 K0
R255 G237 B0

 #0d0213
C50 M50 Y0 K100
R13 G2 B19


 #ededed
C0 M0 Y0 K10
R237 G237 B237


2.D Logomarca simplificada negativa²


Assim como na versão completa, a versão simplificada com aplicação negativa terá como única alteração a troca da cor preta do lettering pela cor branca.

² O termo negativa significa que a logomarca será aplicada em um fundo escuro, geralmente na cor preta.



 #608f33
C70 M28 Y100 K0
R96 G143 B51

 #1964ae
C89 M58 Y0 K0
R25 G100 B174

 #ffed00
C0 M0 Y100 K0
R255 G237 B0

 #ffffff
C0 M0 Y0 K0
R255 G255 B255

 #ededed
C0 M0 Y0 K10
R237 G237 B237

2.E Logomarca em tons de cinza positiva¹

Existem casos em que não é possível a utilização das cores características da instituição, como em um documento impresso apenas em preto. Para esses casos existe a possibilidade de transformar a logomarca simplificada em tons de cinza.

¹ O termo positiva significa que a logomarca será aplicada em um fundo claro, geralmente na cor branca.



■ #4d4d4d
K70
R77 G77 B77

■ #333333
K80
R51 G51 B51

■ #000000
K100
R0 G0 B0

■ #cccccc
K20
R204 G204 B204

2.F Logomarca em tons de cinza negativa²

Assim como com as versões completa e simplificada, a versão em tons de cinza terá como única alteração a troca da cor preta do lettering por um tom de cinza identificado no esquema.

² O termo negativa significa que a logomarca será aplicada em um fundo escuro, geralmente na cor preta.



#4d4d4d
K70
R77 G77 B77

#333333
K80
R51 G51 B51

#cccccc
K20
R204 G204 B204

2.G Logomarca monocromática positiva¹

A logomarca monocromática é a máxima simplificação da logomarca. Essa versão terá apenas uma cor, sem variações de tom e gradiente. Note que essa versão tem formas simplificadas sem as bordas do ícone.

É a única versão que pode ser utilizada sobre imagens e gradientes. Ideal para quando a logomarca é aplicação em pequenas dimensões.

¹ O termo positiva significa que a logomarca será aplicada em um fundo claro, geralmente na cor branca.



■ #0d0213
C50 M50 Y0 K100
R13 G2 B19

2.H Logomarca monocromática negativa²

Assim como na versão monocromática positiva, a versão negativa também apresenta uma cor e a máxima simplificação da logo, não possuindo variações de tons e gradientes. Também não apresenta detalhes, tais como as bordas do ícone.

Ideal para reduções de tamanho, aplicação sobre imagens e gradientes em cores escuras.

² O termo negativa significa que a logomarca será aplicada em um fundo escuro, geralmente na cor preta.



□ #ffffff
C0 M0 Y0 K0
R255 G255 B255

2.1 Zona de exclusão

A zona de exclusão é um espaço mínimo que precisa ser respeitado no entorno da logomarca. Esse espaço é uma espécie de margem de segurança, na qual nenhum elemento gráfico deverá interferir.

Para definição da zona de exclusão deverá se observar a proporção de 150% da letra O da palavra Cristo. Tomando 150% da largura desse elemento e utilizando como largura da zona de exclusão em todas as direções.



2.J

Nome da cidade

Existem casos de aplicação do logotipo em que é pertinente a inclusão do nome da cidade próximo à logomarca. Para a devida colocação da cidade, deverá se observar a zona de exclusão, que não deverá sofrer interferência. Também a altura da fonte deverá ser igual a 100% da altura da letra O da palavra Cristo. O texto será centralizado e não poderá exceder a largura da logomarca. Em caso de nome extenso, utilizar o recurso de quebra de linha.

A fonte será a Montserrat com a variação tipo Bold. Já a cor da fonte acompanhará a cor do lettering da logomarca, ou em preto na aplicação positiva, ou em branco na aplicação negativa.



São Paulo

100% O



Santa Vitória
do Palmar

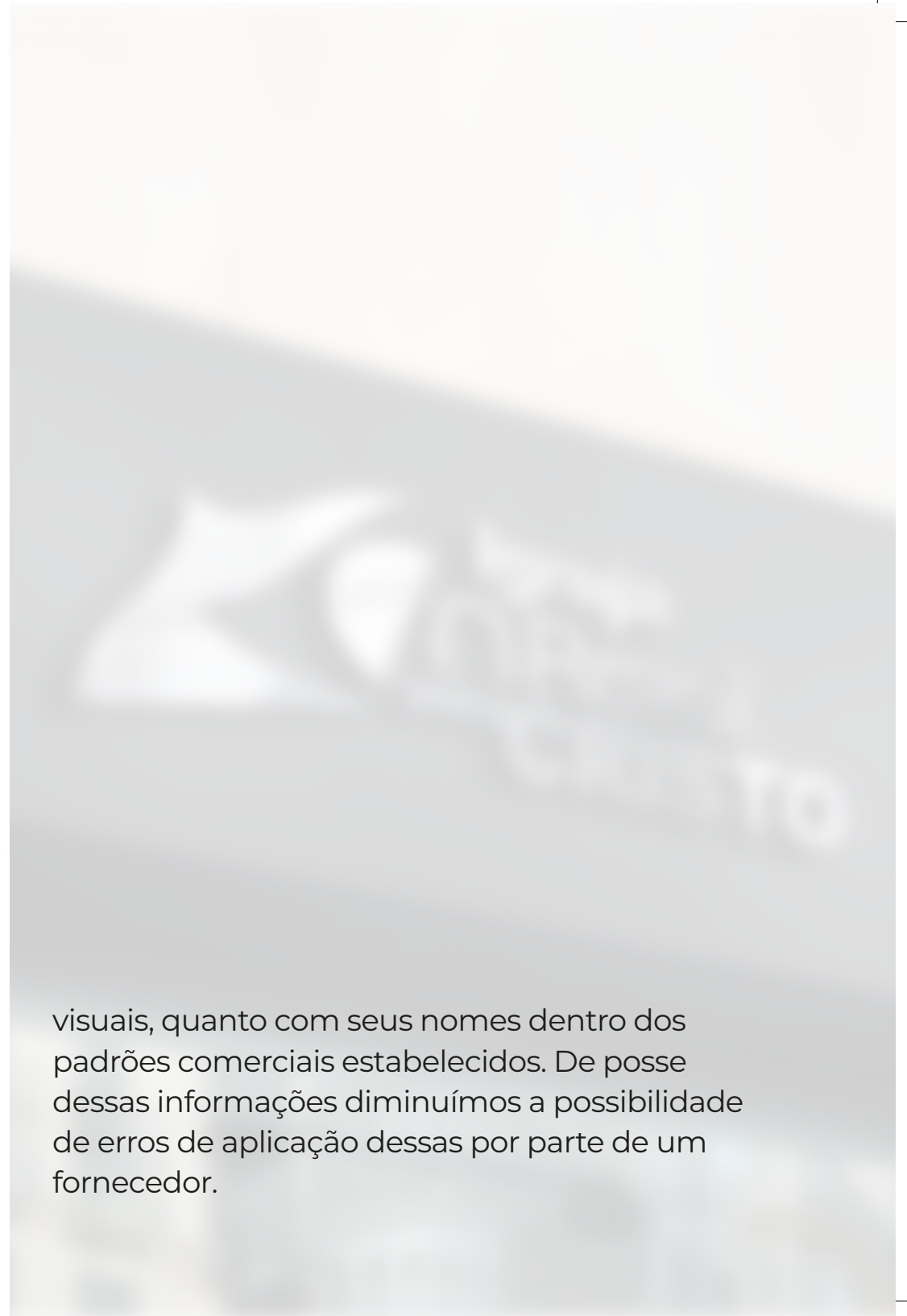


Poá

3. Paleta de cores

A paleta de cores nada mais é que o conjunto de cores a ser utilizado toda vez que os elementos da identidade visual forem aplicados em alguma peça gráfica. Essas cores devem ser identificadas, tanto com referências

visuais, quanto com seus nomes dentro dos padrões comerciais estabelecidos. De posse dessas informações diminuimos a possibilidade de erros de aplicação dessas por parte de um fornecedor.





3.A Cores CMYK


O CMYK é o padrão de cores para impressão. Panfletos, folders, revistas, livros, entre outros são impressos se valendo desse padrão. Serve para orientar o fornecedor quanto ao uso das tintas no processo de impressão.


O nome se dá por conta das cores, a partir das quais, todas as demais são compostas.


- C de ciano
- M de magenta
- Y de amarelo (yellow no Inglês)
- K de preto (black no Inglês)

 #608f33
C70 M28 Y100 K0
R96 G143 B51

 #1964ae
C89 M58 Y0 K0
R25 G100 B174

 #ffed00
C0 M0 Y100 K0
R255 G237 B0

 #0d0213
C50 M50 Y0 K100
R13 G2 B19

 #ededed
C0 M0 Y0 K10
R237 G237 B237

3.B Cores RGB

O RGB é o padrão de cores para representação nas telas de dispositivos como smartphones, televisores, computadores, etc.

O nome se dá por conta das cores, a partir das quais, todas as demais são compostas.

- R de vermelho em Inglês (red)
- G de verde em Inglês (green)
- B de azul em Inglês (blue)


3.C Cores HEX

O HEX é um padrão semelhante ao RGB, já que parte das mesmas três cores: vermelho, verde e azul. Porém, a representação se dá por um número hexadecimal. Ou seja, por um número de seis dígitos precedido por um "#". Esse padrão também serve para nomear cores representadas nas telas de dispositivos.

Note que no esquema ao lado, todas as cores que compõem a logomarca estão identificadas nos três padrões explicados acima. Assim, a logomarca poderá ser utilizada em qualquer meio. Desde que respeitado o padrão de cores.

4. Uso incorreto

Até aqui vimos todos os critérios para o bom uso da logomarca. A seguir veremos alguns exemplos de mau uso dessa. Casos em que a marca é usada fora de proporção, ou quando as cores não são devidamente aplicadas.



Outros casos serão a aplicação em fundos inadequados e o desrespeito da zona de exclusão. Esses são só alguns dos muitos erros comuns quando não observadas as orientações desse manual.

4.A
Quanto à
proporção



4.B
Quanto à
disposição



4.C
Quanto à
zona de
exclusão



4.D
Quanto
às cores



4.E
Quanto ao
plano de
fundo



4.F
Quanto ao
uso de bordas



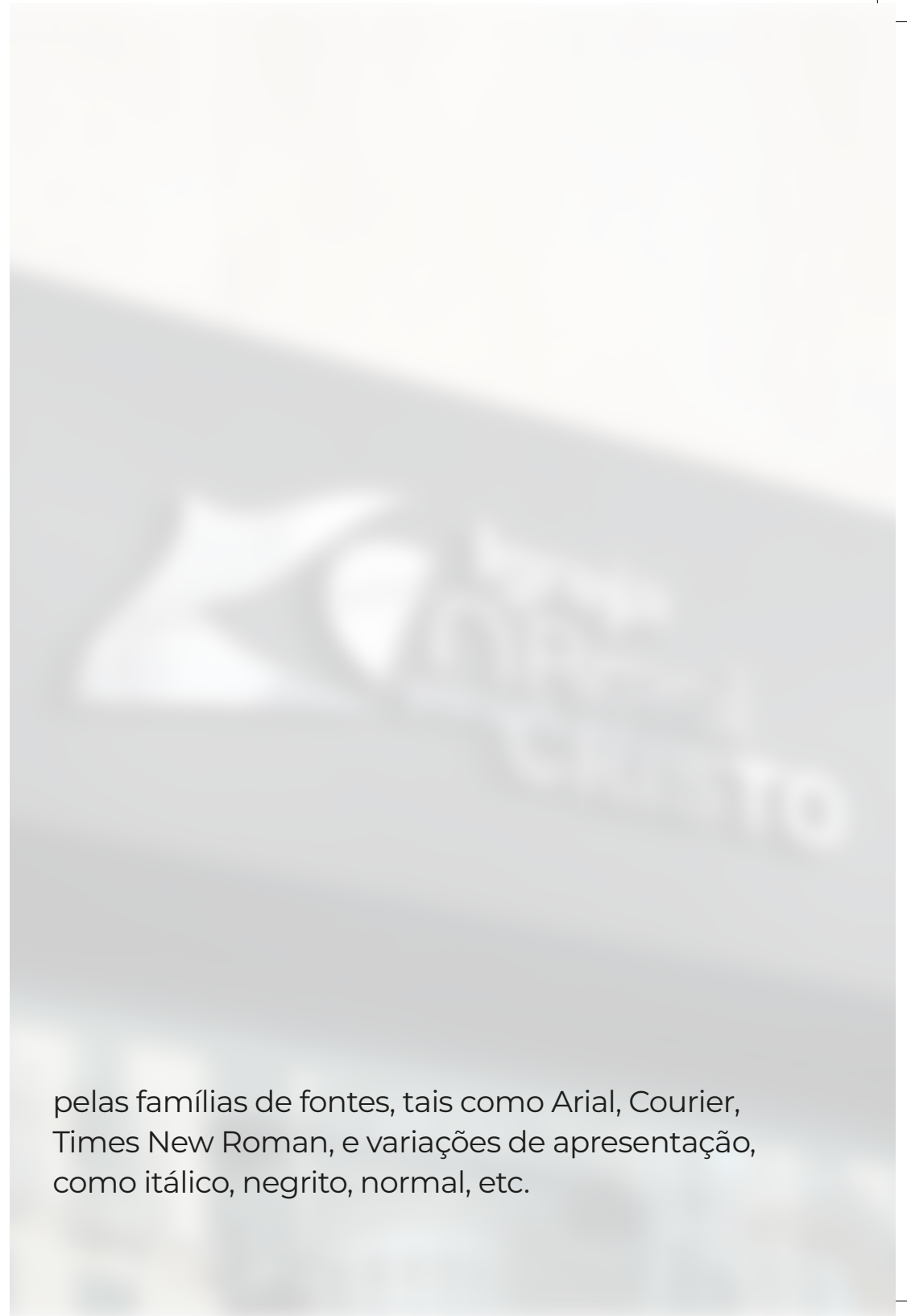
4.G
Quanto
à rotação



5. Tipografia

Tipografia é o conjunto de detalhes gráficos dos caracteres que compõem um texto, seja ele um título ou um parágrafo. É definida e organizada

pelas famílias de fontes, tais como Arial, Courier, Times New Roman, e variações de apresentação, como itálico, negrito, normal, etc.



5.A Família

A família de fonte adotada para todo conteúdo textual vinculado à marca e à comunicação dela é a Montserrat.

A Montserrat é uma fonte contemporânea, com diversas variações de peso. Um diferencial importante é que se trata de uma fonte gratuita inclusa em aplicações conhecidas como Canva e compatível com as melhores ferramentas do mercado.

Montserrat

abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890(""!@#\$% " &*,+=§£¢^º<>)

abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890(""!@#\$% " &*,+=§£¢^º<>)

abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890(""!@#\$% " &*,+=§£¢^º<>)

5.B Títulos

Os títulos utilizarão a variação do tipo bold da família Montserrat. Utilizar preferencialmente o alinhamento à esquerda.

5.C Destaques

Os destaques podem ser linhas de apoio, subtítulos, ou citações destacadas. Utilizarão a variação medium da família Montserrat. Utilizar preferencialmente o alinhamento à esquerda.

5.D Parágrafos

Os parágrafos, blocos de texto longos, e textos secundários utilizarão a variação regular. Utilizar preferencialmente o alinhamento à esquerda.


**Isso é um título
alinhado à esquerda**

Já isso é um texto em destaque

Esse é um exemplo de texto parágrafo. Se trata de um longo bloco de texto. Preferencialmente alinhado à esquerda. Esse é um exemplo de texto parágrafo. Se trata de um longo bloco de texto. Preferencialmente alinhado à esquerda. Esse é um exemplo de texto parágrafo. Se trata de um longo bloco de texto. Preferencialmente alinhado à esquerda.

6. Onde usar cada versão

Depois de tantas informações, fica a dúvida: Onde usar cada versão? A seguir veremos que é simples escolher a versão adequada para cada



situação. Notaremos que são poucos os critérios que precisam ser levados em conta na hora de decidir por uma versão da logomarca.

6.A Necessidade

A primeira pergunta a se fazer quanto ao uso da logomarca é, na verdade, quanto à necessidade da aplicação dela no que se está fazendo. Por exemplo, a logomarca é indispensável na fachada de um templo. Não só deve estar, como precisa ter destaque nesse caso. Já nos espaços internos do templo, a logomarca é desnecessária. Ela não precisa constar em cada cartaz, em cada placa, no púlpito, etc. Todas as pessoas presentes já identificaram a instituição quando avistaram a fachada. Essa informação não precisa ser reforçada durante um culto.

6.B Finalidade

A segunda pergunta a ser feita é quanto à finalidade da peça que se está produzindo. A intenção é comunicar um evento da igreja? A intenção é apresentar a igreja como uma instituição? Enviar uma correspondência? Ou é apenas uma sequência de fotos do último culto de jovens? Na comunicação, objetivos e públicos diferentes, exigem meios e linguagens de comunicação diferentes. A identidade visual precisa prever e ter uma solução adequada de aplicação da marca.

6.C Viabilidade

A terceira pergunta trata do meio pelo qual será feita a comunicação e de quais processos de produção serão empregados na execução da peça em questão. Estamos falando de uma fachada em aço escovado? Uma camiseta serigrafada? Uma caneta personalizada? Uma publicação em redes sociais? Cada meio ou local exige um processo de produção diferente. Isso determina a quantidade de cores, níveis de detalhamento, entre outros detalhes técnicos que precisam ser observados na hora de finalização do material produzido.

6.D Conformidade

Depois de feitas as três perguntas anteriores, é indispensável uma consulta às normativas desse manual para decidir, primeiro se a logomarca será utilizada ou não em determinado material, segundo qual versão dessa será utilizada. A seguir veremos um quadro comparativo entre as versões propostas e as ocorrências comuns. Tendo isso em mente, é possível fazer a escolha certa, em conformidade com a identidade proposta para a instituição.

Quadro comparativo de versão da logomarca

		Completa	Simplificada	Tons de cinza	Monocromática
Templos	Fachada	✓ *	✓ *	✗	✓ **
	Espaços internos	✗	✗	✗	✗
Peças institucionais	Externas e redes sociais	✓ *	✓ *	✗	✗
Anúncios de eventos	Externas e redes sociais	✓	✓	✗	✓
Papelaria	Papel timbrado, envelopes de correspondência, documentos oficiais.	✓ *	✓ *	✓	✗
Periódicos	Capa e contracapa	✓	✓	✓	✓
	Miolo	✓	✓	✓	✓

Nos casos marcados com asterisco (*) o uso da logomarca é obrigatório. O caso marcado com dois asteriscos (**), além de obrigatório, se trata do uso da versão monocromática nas fachadas não impressas. Ou seja, que utilizam materiais sólidos como lâminas, acrílicos, metais, etc. Nos demais casos marcados em verde, o uso é facultativo. Os casos marcados em vermelho, o uso é inadequado. Usar a versão em tons de cinza apenas em casos que o material for obrigatoriamente impressão em tons de cinza.

7.

A identidade visual e as fachadas dos templos

Inicialmente pode parecer complexa a adequação da fachada dos templos. Mas, com um pouco de cuidado e seguindo todas as observações desse manual, é possível padronizarmos a identidade da instituição à

frente de nossos prédios. Certamente, cada caso deve ser observado, tais como limitações de prédios alugados, de patrimônios tombados e ainda o caso de fachadas que remontam ao início da história da denominação.

7.A Fachadas largas coloridas

Para as fachadas dos templos nos quais se opte por aplicar a logomarca colorida, utilizaremos ou a versão simplificada positiva para fundos claros, ou a simplificada negativa para fundos escuros.

Dispensamos o uso de imagens e degradês no plano de fundo.

Outro ponto importante é quanto ao uso do nome da cidade, o que é dispensável no caso das fachadas. Exceto algum caso excepcional.



Um conceito cai bem aqui
@obpccidade

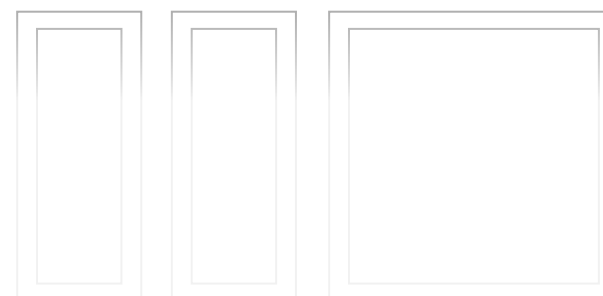


Um conceito cai bem aqui
@obpccidade

7.B Fachadas estreitas coloridas

Para o caso de fachadas estreitas, ou com pouco espaço, o ideal é uma aplicação minimalista. Utilize apenas o logotipo.

Caso haja espaço, procure utilizar um ou outro elemento. O @ da rede social pode ser uma boa opção.



7.C Fachadas verticais coloridas

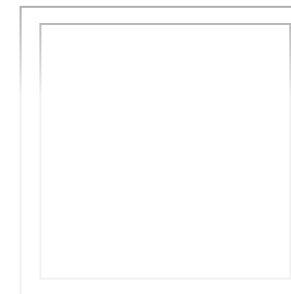
Fachadas verticais tendem a ser espaçosas. Isso pode ser sugestivo para utilizar muitos elementos. Priorize o espaço vazio.



**Um conceito
cai bem aqui**
@obpccidade



**Um conceito
cai bem aqui**
@obpccidade



7.D Fachadas em metal

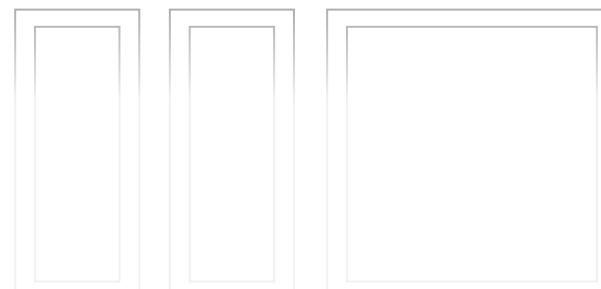
A fachada em metal é a única aplicação da marca que foje à regra por conta dos tons do metal polido não estarem previstos na paleta de cores. Ainda assim é uma excelente solução para aplicação da logomarca em fachada.

Importante observar que, por conta da riqueza de detalhes da logo, o fundo deverá ser escuro e a versão a ser utilizada será a logomarca monocromática com a máxima simplificação.



7.E Fachadas em letra caixa

Quando o logotipo é aplicado em letra caixa, a melhor opção é a monocromática, ou na cor branca, ou na cor preta. Isso se dá pela simplificação das formas que permitem uma melhor aplicação e melhor resultado visual.



8. Pacote de ícones

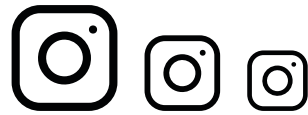
Ícones são um recurso gráfico simples que auxiliam muito na comunicação. O uso desses permite a simplificação da informação, principalmente quando permite a substituição

de palavras, ou até frases inteiras. São atuais e muito utilizados, principalmente no meio digital, tais como interfaces e peças gráficas para redes sociais.

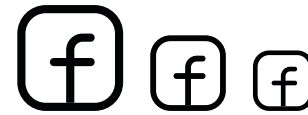


8.A Ícones básicos

Os cinco ícones a seguir sugerem as redes sociais mais populares e ainda dados básicos como localização do templo.



Se refere ao conteúdo postado no Instagram.



Se refere ao conteúdo postado no Facebook.



Se refere ao conteúdo postado no Youtube.



Se refere ao conteúdo veiculado no Spotify.



Se refere a dados de localização.



Ícone genérico.