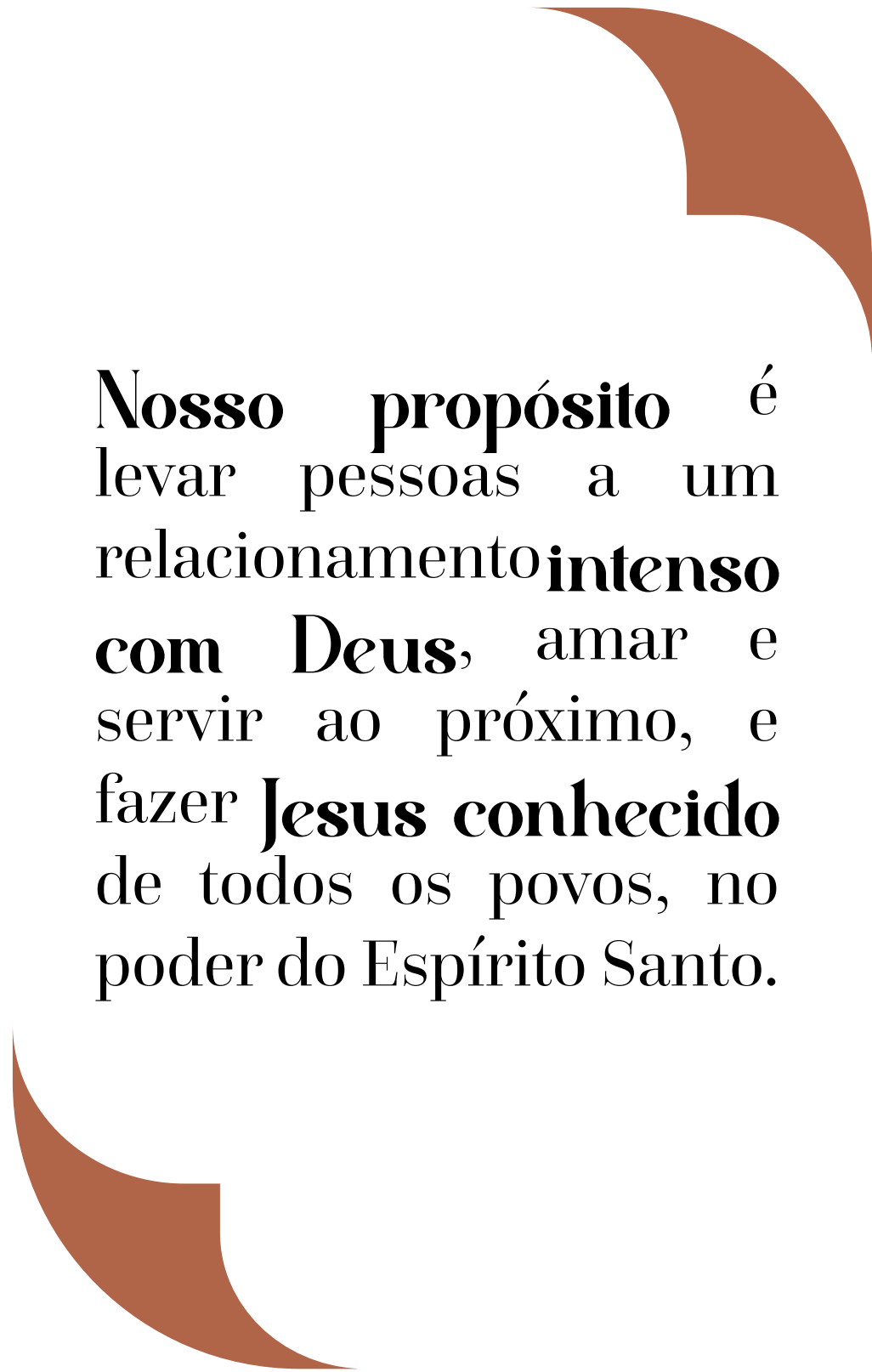


Primeira Igreja Batista  
de Curitiba

# Manual da Marca

**GUIDELINE**

**Orientações gerais  
e diretrizes de uso.**



**Nosso propósito** é  
levar pessoas a um  
relacionamento **intenso**  
**com Deus**, amar e  
servir ao próximo, e  
fazer **Jesus conhecido**  
de todos os povos, no  
poder do Espírito Santo.



# ÍNDICE

HISTÓRIA DA LOGO

VISÃO E MISSÃO

DIMENSÕES  
Espaçamentos

MULTISITES  
Campus

USO INCORRETO

PALETA DE CORES

PADRÃO TIPOGRÁFICO  
Tipografia Auxiliares

NOSSA VOZ E TOM

GALERIA

APLICAÇÕES

## HISTÓRIA DA LOGO





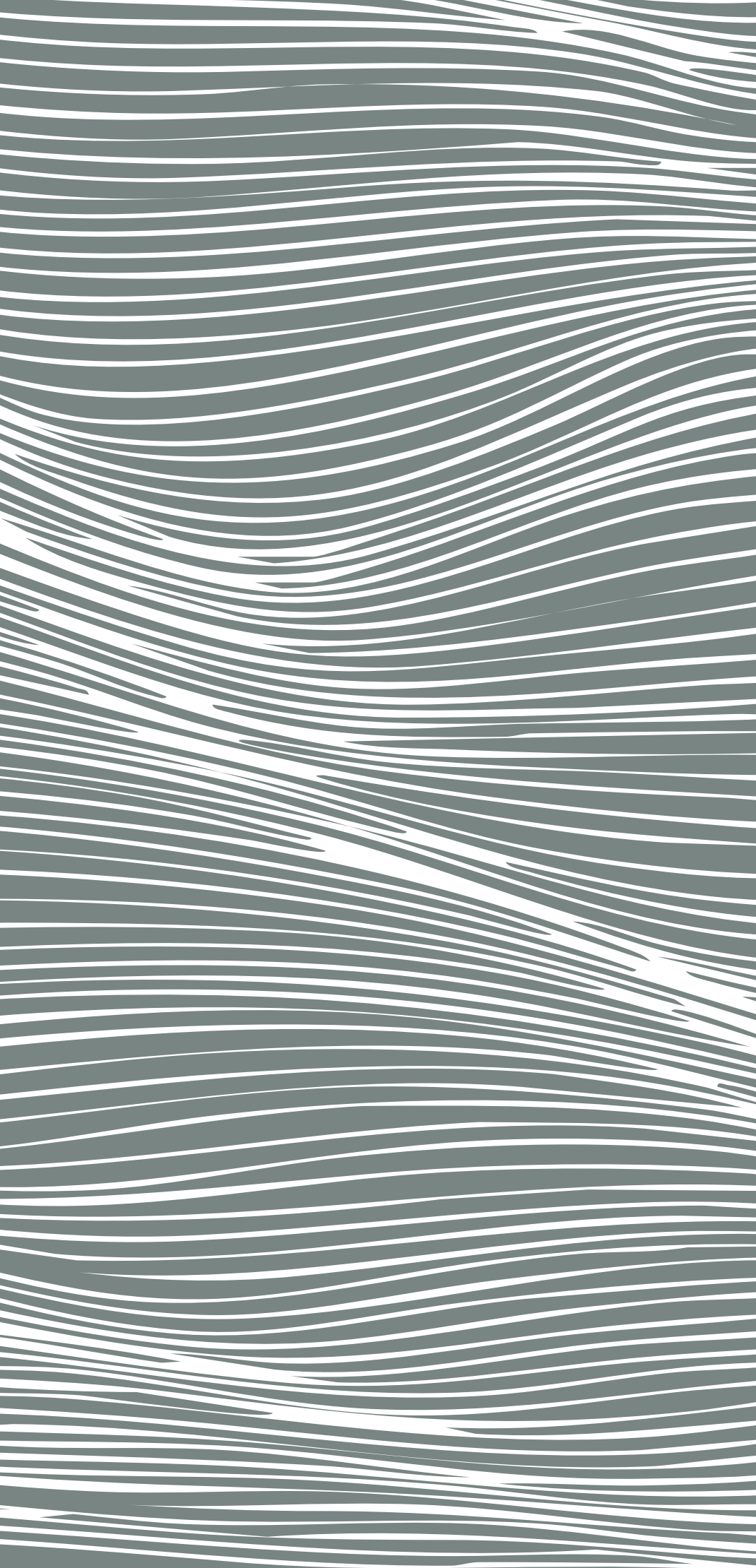
O isologo da PIB Curitiba foi inspirado no projeto da estrutura arquitetônica da igreja, elaborado em meados dos anos 2000 por um arquiteto voluntário.

A construção do prédio seguiu esse projeto, faltando apenas a construção da torre maior.

Abaixo do desenho da igreja, posiciona-se uma linha reta que cobre toda a área.

O **isologo** é a composição em que símbolo e texto formam um único elemento gráfico.

# HISTÓRIA



## **VISÃO E MISSÃO**

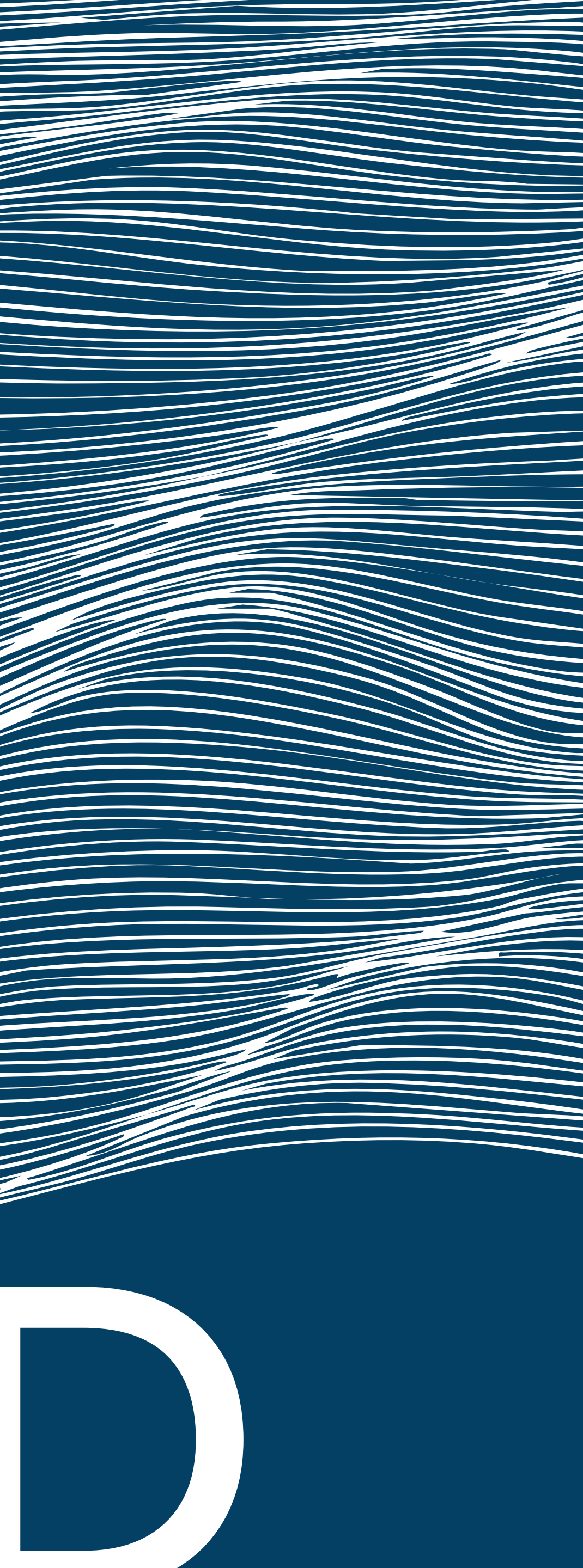
Nossa identidade se expressa em tudo o que fazemos: na adoração, no ensino, no cuidado com pessoas e na missão de transformar a sociedade pelo poder de Deus.




Este manual foi desenvolvido para garantir unidade e consistência em toda a comunicação da Primeira Igreja Batista de Curitiba.

Aqui estão reunidas as diretrizes de identidade visual, tipografia, cores e aplicações práticas, servindo como referência para todos os ministérios, equipes e parceiros de comunicação.

A Primeira Igreja Batista de Curitiba é uma comunidade de fé com mais de 100 anos de história, chamada para viver e anunciar o Evangelho de Jesus Cristo.



**DIMENSÕES**  
Diretrizes de espaçamentos

 Redução mínima: O limite é de **1 cm** de comprimento. Equivalente a **17 px**.



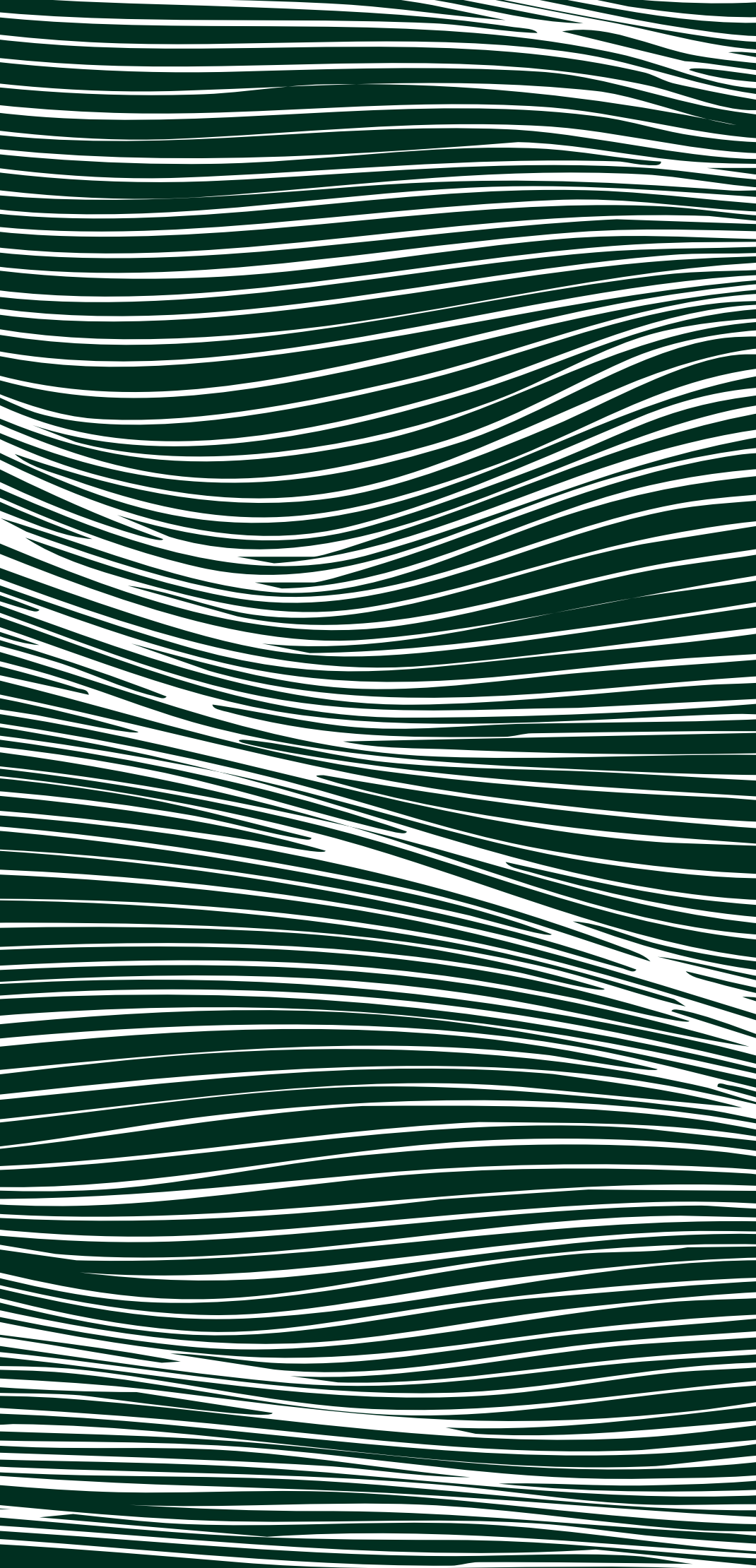
O isologo da PIB Curitiba é o principal elemento da identidade visual e deve ser usado de forma consistente em todos os materiais. Ele representa a história, a missão e a presença da nossa igreja, por isso precisa de cuidado e padronização em sua aplicação.

Para evitar interferência de outros elementos gráficos e preservar a integridade e legibilidade da marca deve ser resguardado um espaço ao seu redor. A esse espaço atribuímos o nome de “área de proteção”.

Para determinar a área de proteção da marca 2x vezes como medida, que determina o tamanho do espaço que deve ser reservado ao isologo. Independentemente da aplicação, é importante que nada interfira nesse espaço.

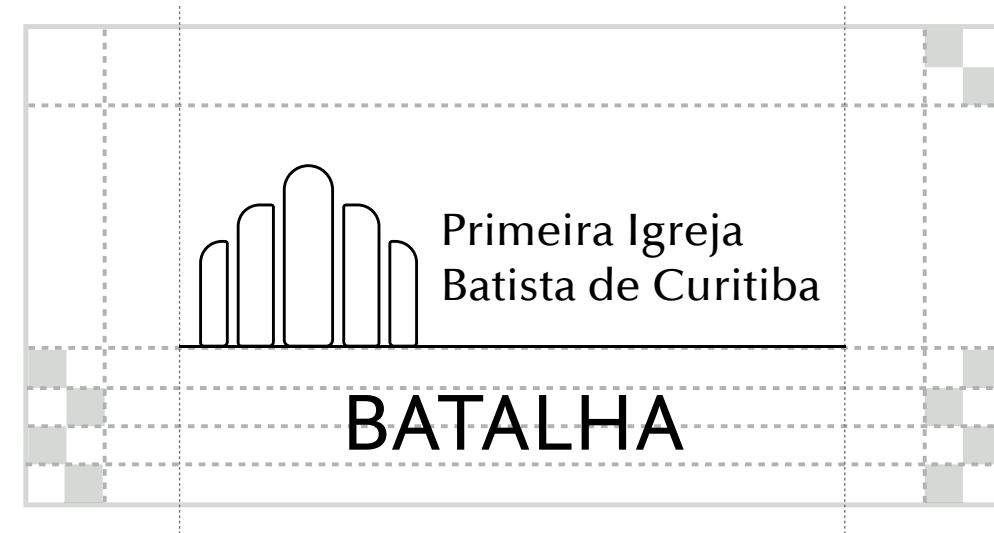
*Para aumentar a percepção da Marca é necessário respeitar uma área em toda a sua volta, livre de qualquer interferência.*

# DIMENSÕES



# MULTISITES

ID sobre a isologo dos campus



O nome do campus, abaixo da logo, deve estar dentro da área correspondente à sede em **CAIXA ALTA** na fonte QUESTA SANS

MULTISITES

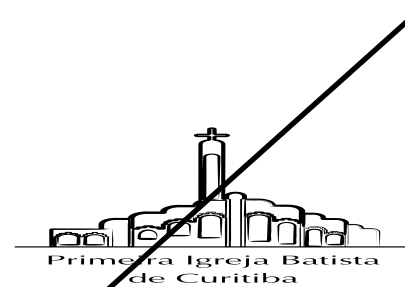


## **USO INCORRETO**

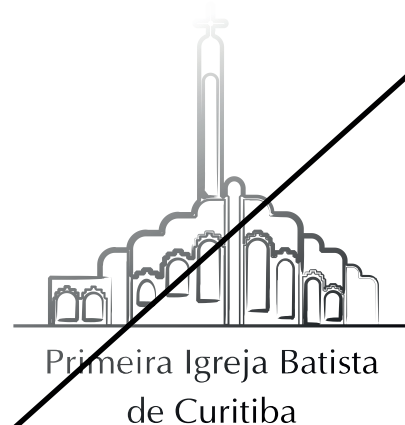
Forma não autorizada de aplicação



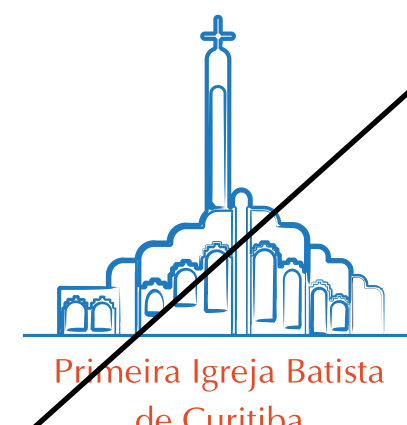
Não rotacionar a orientação oficial de sua estrutura



Não alterar a dimensão de seu tamanho específico



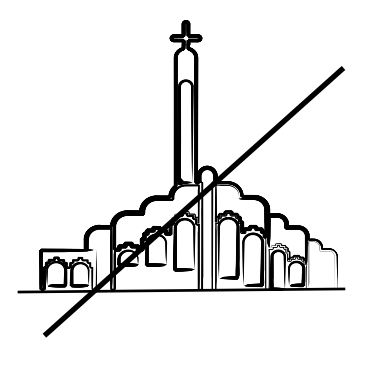
Não é permitido nenhum tipo de degradês no isologo



Não pode usar cores diferentes entre o isologo e a tipografia



Não altere o tamanho da fonte em relação ao isologo



Não poderá utilizar o isologo sem a tipografia abaixo ou na lateral



Não utilize outra tipografia que a oficial (fonte: Optima)

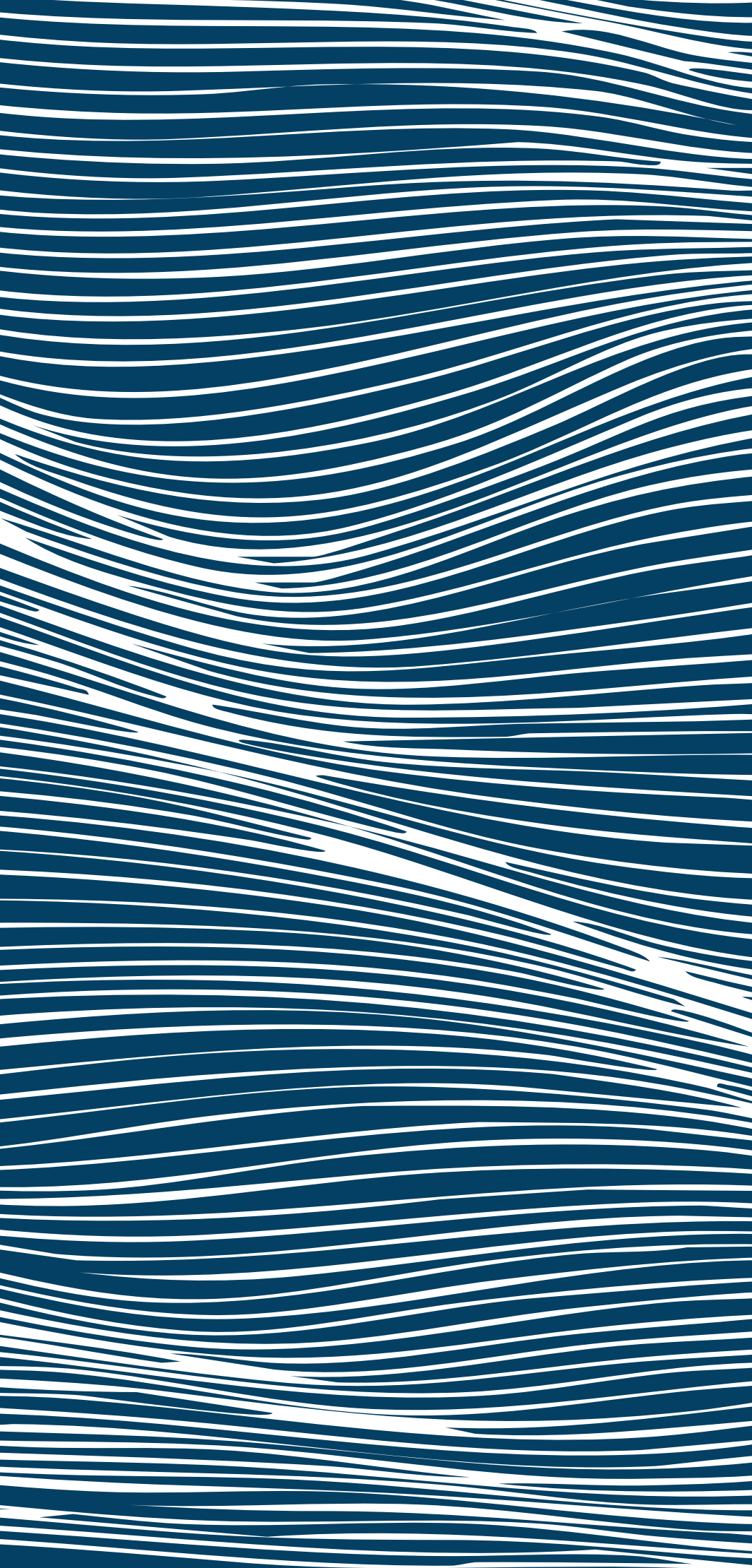


O Nome do campus abaixo, não poderá ultrapassar as dimensões horizontais do isologo acima.

A fim de manter a identidade da marca, o isologo nunca deverá ser alterado, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Verifique os usos incorretos da marca e compare com a versão correta.

Estas mesmas aplicações de regras, são para os nossos campus.

USO ÚNICO CORRETO



P

## **PALETA DE CORES**

Especificações técnicas



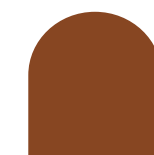
*Em 2002, as cores eram mais vibrantes, e foram relacionadas, recordando os fragmentos de seus vitrais em sua arquitetura.*



EXADECIMAL: RGB #043224  
C 92 M 50 Y 78 K 68



EXADECIMAL: RGB #103C61  
C 100 M 76 Y 36 K 25



EXADECIMAL: RGB #8C461C  
C 30 M 73 Y 94 K 33



EXADECIMAL: RGB #C19466  
C 22 M 40 Y 62 K 10



EXADECIMAL: RGB #EAE0D5  
C 10 M 12 Y 17 K 00

Garantir a fidelidade das cores ajuda a manter a consistência da marca.

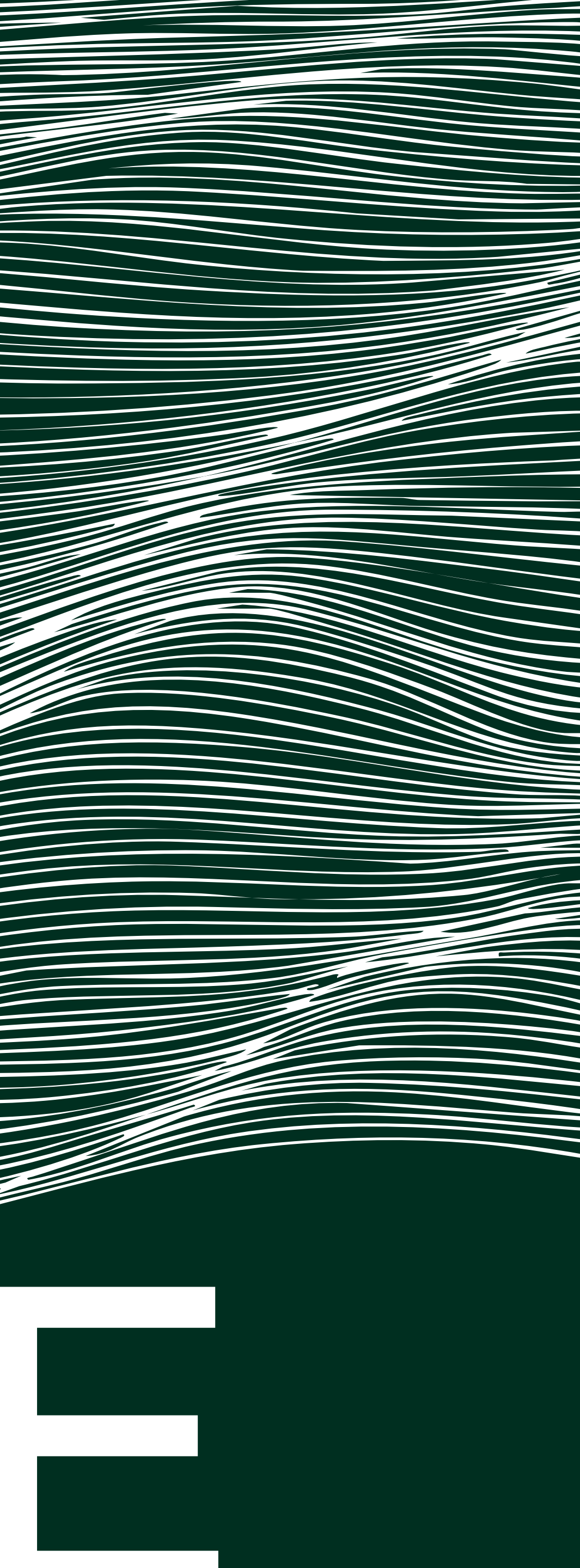
O padrão CMYK deve ser usado em materiais impressos.

Já RGB e hexadecimal em peças com propósito de serem exibidas em algum tipo de tela eletrônica, como websites e vídeos.

Além disso a paleta de cores também é inspirada nas cores que vemos pela igreja reforçando conexão, familiaridade e unidade visual.

Atualmente trazemos uma paleta de cores que fluem mais unidade entre os ministérios, e o que acreditamos estar mais alinhado em nosso meio.

# PALETA DE CORES



E

# ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

Especificações técnicas



É importante manter as cores institucionais da marca, mas caso ocorram limitações que impeçam as cores de serem reproduzidas, o isologo pode ser aplicado em *positivo ou negativo*.

**RGB**

Devem ser usados quando o objetivo é a leitura em telas de dispositivos eletrônicos, como sites, redes sociais, vídeos, etc.

**CMYK**

Devem ser usados quando o objetivo final é impressão.

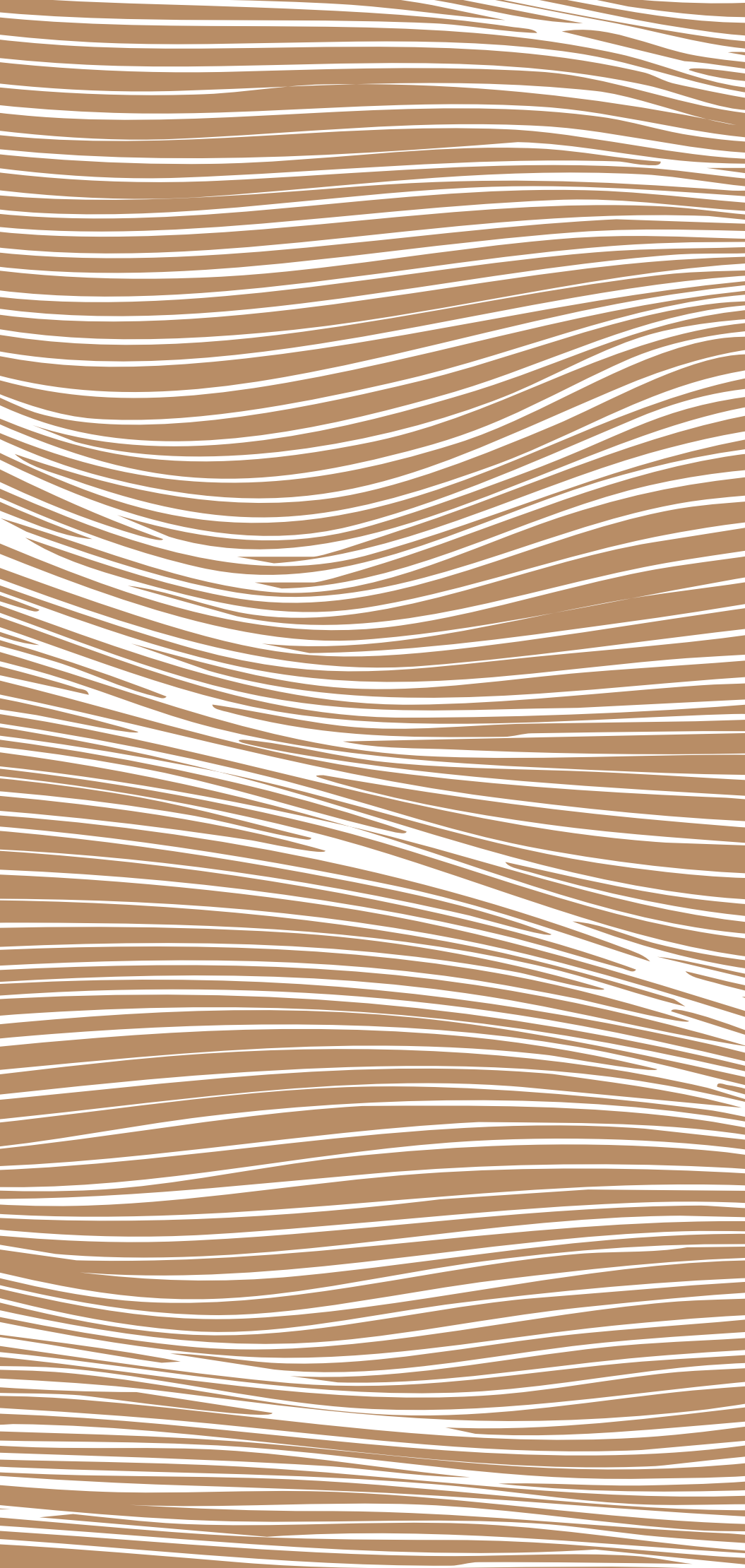
**NEGATIVO/POSITIVO**

Para usos específicos. Utilize apenas quando seu fornecedor pedir.

O isologo da PIB Curitiba, a variação em cores sempre terá que ter o alto contraste.

# ESPECIFICAÇÕES





**PADRÃO  
TIPOGRÁFICO**

Consta no isologo da PIB Curitiba  
e em nossos campus.

# Optima Regular

Optima A família de fontes é tipo de letra sans serif. Hermann Zapf desenhou a Optima como uma fonte humanista sem serifa, lançada pela fundição D. Stempel AG de Frankfurt, Alemanha Ocidental, em 1958.

Zapf descobriu Optima durante a sua visita a Florença, onde podia ser encontrada esculpida em lápides do período renascentista, bem como em capitéis romanos clássicos.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

# Questa Regular

O projeto Questa é uma aventura de design tipográfico dos designers holandeses Jos Buivenga e Martin Majoor.

A colaboração entre eles começou em 2010, utilizando como ponto de partida os esboços iniciais de Buivenga para uma fonte tipográfica quadrada, semelhante à Didot.

A extensa família Questa inclui fontes serifadas, sem serifa, slab serif e para títulos.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

# Questa Sans Regular

Esta fonte foi escolhida para base dos nomes dos nossos *campus*, abaixo do Isologo da PIB Curitiba.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

A fonte do isologo de nossa igreja chama-se OPTIMA, entretanto, os materiais institucionais devem utilizar sempre a família: Questa Project



## **TIPOGRAFIA AUXILIARES**

Além das fontes principais da marca, utilizamos fontes auxiliares para documentos e informativos internos.




**REM**  
Família

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890




**Coolvetica**  
Família

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890



**Helvetica**  
Família

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

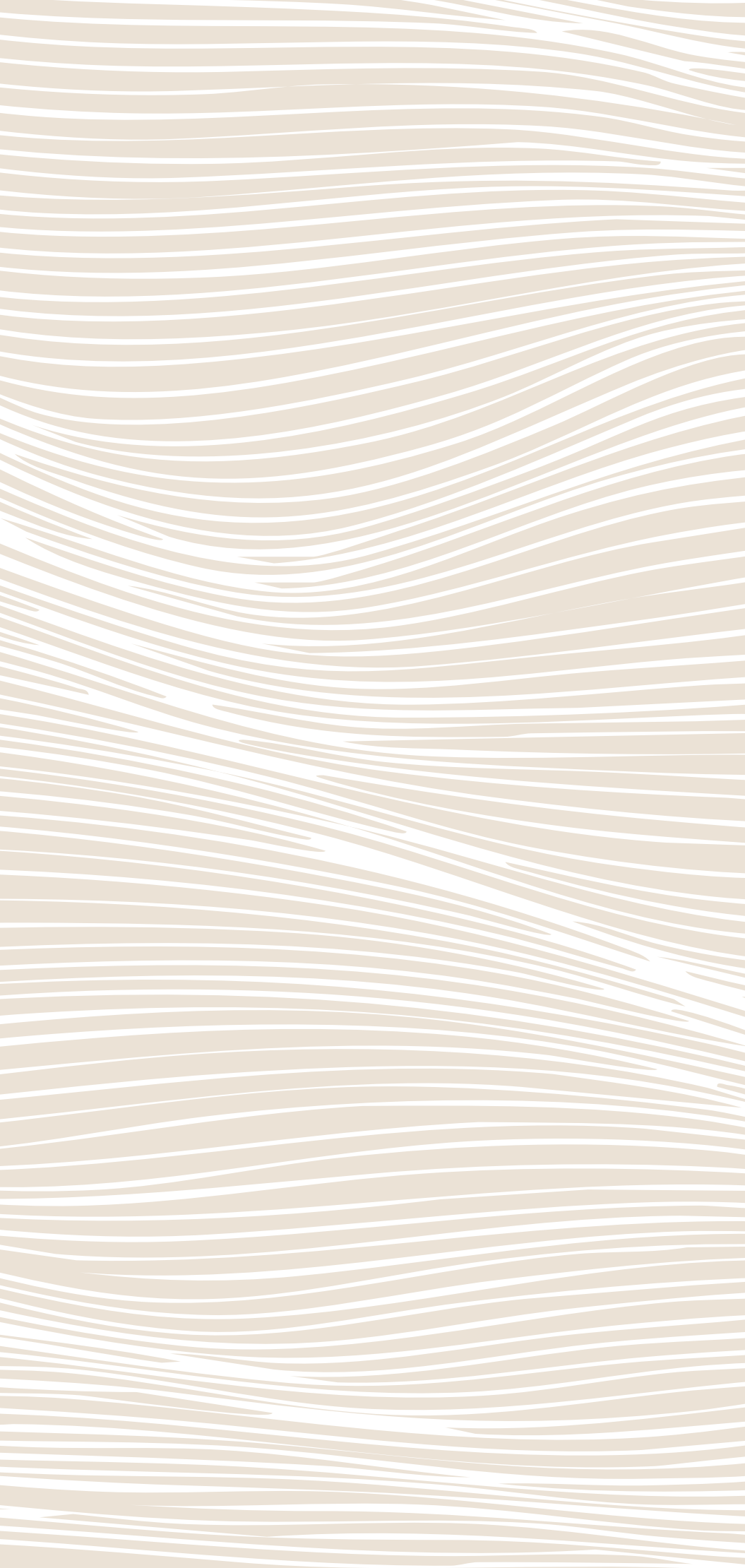


**Poppins**  
Família

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

TIPO AUXILIARES





**TIPOGRAFIA  
AUXILIARES**

Para nossas redes sociais

Fonte não-cursiva para título  
Para títulos use sempre em caixa alta

RELATIONSHIP  
OF MÉLODRAME

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Fonte cursiva para título:

*Pinyon  
Script*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Fonte primária para corpo de texto:

**Helvetica  
Família**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890**

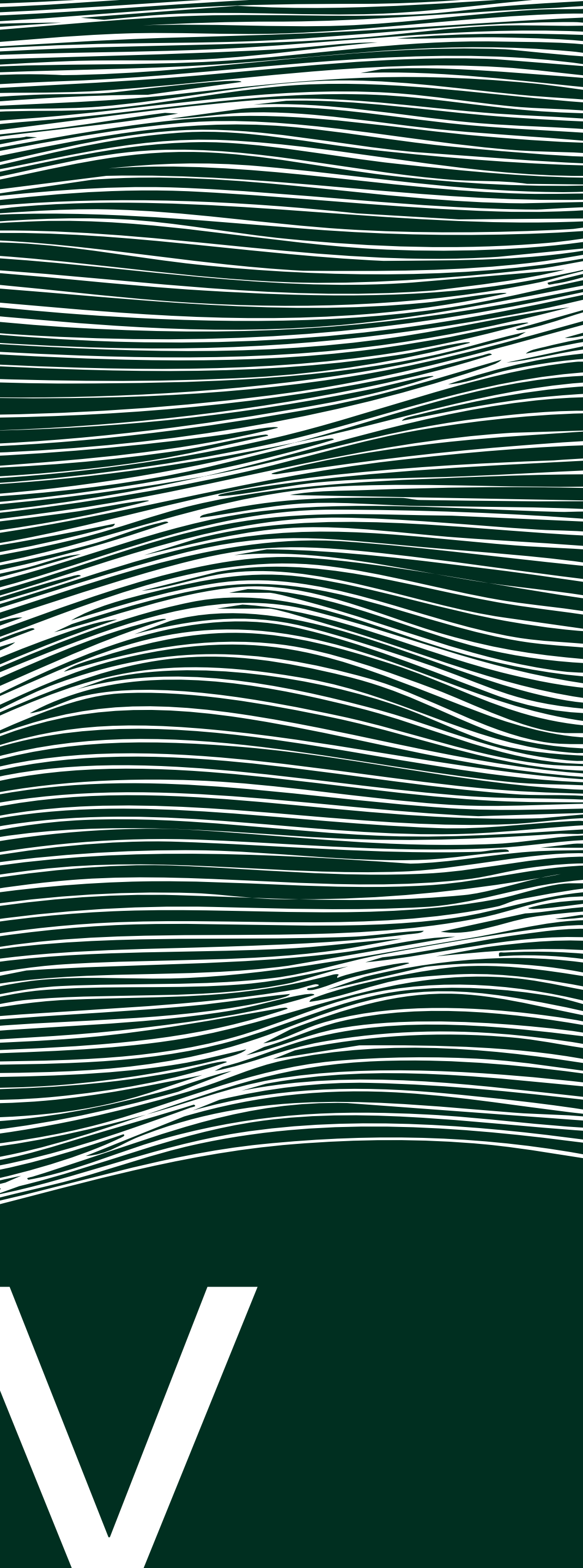
Eventualmente para corpo de texto:

*Relationship  
of mélodrame*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Estas fontes auxiliares são as ideais  
para nossa comunicação nas  
redes sociais

TIPO AUXILIARES



## **NOSSA VOZ E TOM**

O tom e a voz da PIB Curitiba definem a forma como a igreja se comunica com seu público, refletindo seus valores e personalidade de maneira acolhedora e consistente em todos os canais.



A voz da PIB Curitiba deve refletir quem somos como igreja:

Acolhedora, missionária, comprometida, focada na transformação de vidas

Nosso tom deve ser consistente em todos os canais: Presencial, digital, Impresso ou audiovisual. Transmitindo sempre proximidade, fé e esperança.

*O Isologo da PIB Curitiba, a variação em cores sempre terá que ter o alto contraste.*

VOZ E TOM



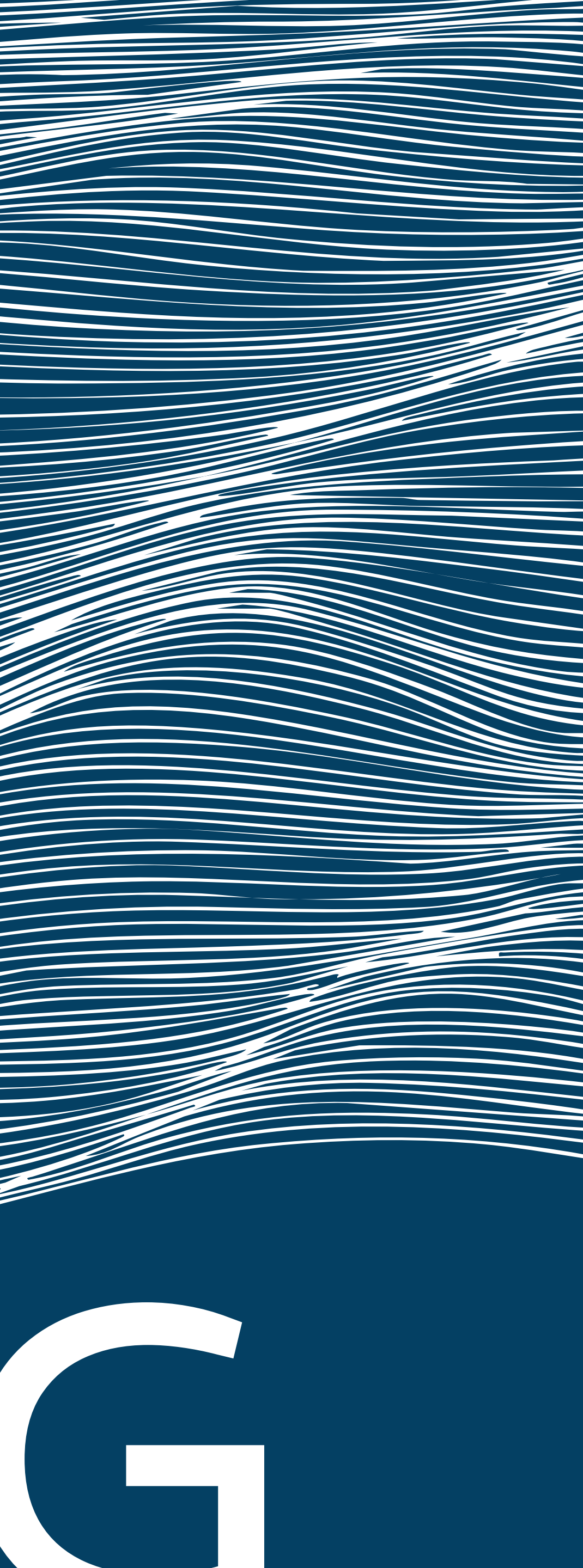
## **APLICAÇÕES**

O isologo em algumas aplicações



Estas mesmas aplicações de regras, são para os nossos campus.

# APLICAÇÕES



## **GALERIA**

Algumas imagens que transmitem o nosso viver a cada dia



Nossas fotos e vídeos devem refletir a essência da PIB Curitiba: *acolhimento, fé e vida em comunidade.*

Cada imagem deve transmitir verdade, emoção e propósito, mostrando a igreja em ação: *servindo, adorando e caminhando juntos.*

Priorizamos registros naturais e espontâneos, com pessoas como protagonistas, mais do que poses ou estruturas.

Nosso acervo com todas as fotos está em:  
[flickr.com/pibcuritiba/albums](https://www.flickr.com/photos/pibcuritiba/)

# GALERIA

*NOSSO PROPÓSITO É LEVAR PESSOAS A UM  
RELACIONAMENTO INTENSO COM DEUS, AMAR E  
SERVIR AO PRÓXIMO, E FAZER JESUS CONHECIDO DE  
TODOS OS POVOS, NO PODER DO ESPÍRITO SANTO.*

