



MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL



ÍNDICE

- PRÓLOGO 05
- APRESENTAÇÃO 06
- 1. MARCA MINISTÉRIO 09
 - APRESENTAÇÃO 10
 - COR INSTITUCIONAL 11
 - TIPOGRAFIA 12
 - REPRODUÇÃO DA MARCA 13
 - USO INCORRETO 14
 - REDUÇÃO 15
 - VERSÕES MONOCROMÁTICAS 16
 - MARCA EM NEGATIVO 17
 - APLICAÇÕES 18
- 2. MARCA IGREJA 19
 - APRESENTAÇÃO 20
 - COR INSTITUCIONAL 21
 - TIPOGRAFIA 22
 - REPRODUÇÃO DA MARCA 23



ÍNDICE

USO INCORRETO.....	24
REDUÇÃO.....	25
VERSÕES MONOCROMÁTICAS.....	26
MARCA EM NEGATIVO.....	27
APLICAÇÕES.....	28
PAPELARIA.....	29
SINALIZAÇÃO.....	30
• 3. RHEMA.....	31
APRESENTAÇÃO.....	32
COR INSTITUCIONAL.....	33
TIPOGRAFIA.....	34
REPRODUÇÃO DA MARCA.....	35
USO INCORRETO.....	36
REDUÇÃO.....	37
VERSÕES MONOCROMÁTICAS.....	38
MARCA EM NEGATIVO.....	39
APLICAÇÕES.....	40



ÍNDICE

• 4. ALUMNI	41
• 5. ESCOLA DE MINISTROS	47
• 6. ESCOLA DE MISSÕES	53
• 7. RHEMA KIDS	59
• 8. AGÊNCIA DE MISSÕES	65
• 9. ASSOCIAÇÃO MINISTERIAL	71
• 10. CENTRO DE CURA	77
• 11. CRIANÇAS VERBO DA VIDA	83
• 12. RHEMA BRASIL PUBLICAÇÕES	89
• 13. PORTAL VERBO DA VIDA	94
• 14. VERBO APP	101
• 15. VERBO TV	107
• 16. VERBOSHOP	113

PRÓLOGO

“Rogo-vos, irmãos, pelo no, do nosso Senhor Jesus Cristo, que faleis todos a mesma coisa e que não haja entre vós divisões; antes, sejais inteiramente unidos, na mesma disposição mental e no mesmo parecer.” 1 Coríntios 1:10

Sempre fomos ensinados com muito amor e maestria sobre a importância de andarmos em unidade, pensando nas mesmas coisas e falando as mesmas coisas. A Bíblia também nos ensina que é nesse lugar de unidade que a bênção do Senhor e a vida são ordenadas para sempre. Graças a Deus por esses ensinamentos preciosos que recebemos e que foram inculcados em nossos corações. Louvamos a Deus e agradecemos a Ele pela vida de cada um de vocês e pelos seus corações, sempre dispostos e voltados para o seu Reino.

É chegada a hora de ficarmos ainda mais parecidos, não só no pensar e no falar, mas também no aspecto visual. Nossas Igrejas sempre foram conhecidas por pregar a mesma Palavra, andar numa mesma visão, e isso deve sempre permanecer assim. Entretanto, além disso, a partir de agora, aonde quer que se entre em um Verbo da Vida, exatamente a mesma marca vai ser vista.

Sempre que avistarem o nosso farol, tendo as mesmas dimensões, proporções, especificações de cor e características as pessoas terão uma certeza: ali é uma Igreja onde se prega a Palavra da verdade, onde o Espírito Santo se move em liberdade com seus dons, ali é uma Igreja onde se vive uma vida de fé, e onde o amor de Deus é transmitido aos corações.

Continuamos na nossa preparação para nos encontrarmos exatamente no lugar onde Deus tem desejado. Estamos aquecendo nossos pneus, deixando-os na temperatura certa, para que, juntos, possamos avançar com mais velocidade para aquilo que Deus aponta para nós.

É exatamente esse o objetivo desse MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL, nos deixar cada vez mais parecidos. Contamos com o seu empenho para fazer todos os ajustes e adequações que forem necessárias.

Muito obrigado por fazer parte dessa Instituição, muito obrigado por fazer parte dessa visão, muito obrigado por ser parte dessa UNIDADE.

Nada vai nos parar!



LUIS AUGUSTO EMERY DA SILVEIRA
PRESIDENTE DO MINISTÉRIO VERBO DA VIDA



APRESENTAÇÃO

Identidade Corporativa é o conjunto de valores e crenças que diferenciam uma instituição das outras, em outras palavras podemos dizer que é a personalidade da organização. Além disso, a Identidade Corporativa inclui um conjunto de imagem, logotipo, símbolo e cores que são veiculados junto à imagem da instituição formando sua marca. Podemos dizer que a identidade corporativa depende de alguns fatores básicos, e um deles é a Identidade visual: que é o conjunto de imagens e símbolos, que servem para traduzir de forma gráfica algumas características da empresa.

De forma que Identidade Corporativa é um dos maiores patrimônios que uma instituição pode ter, pois, depois de fixada na mente das pessoas toda vez que a “marca” da organização for mencionada ou vista será associada à instituição e suas ações. Assim o uso da Identidade Corporativa de forma homogênea gera credibilidade e segurança ao produto ou serviço que a instituição oferece, construindo pouco a pouco um patrimônio intangível e essencial.

Alguns ícones fazem parte de todo o projeto gráfico do Ministério Verbo da Vida, do qual todas as marcas se deriram. Cada ícone tem um significado importante que constitui a visão do Ministério, por isso faz-se necessário a utilização do padrão estabelecido neste manual de identidade visual.

BÍBLIA

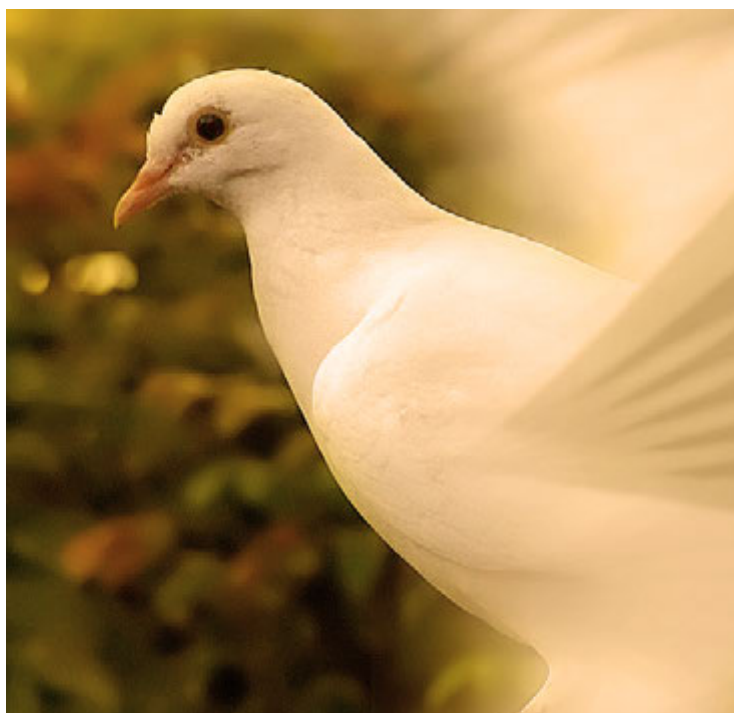
*“Um dia, Deus me falou: Se esse Ministério estiver em linha com a minha Palavra, eu poderei abençoar as suas obras”
(Ap. Bud Wright)*

A Palavra de Deus é a base deste Ministério. Ela é o alicerce, a rocha na qual devemos estar firmados.

Deus falou para o Ap. Bud e Jan Wright virem ao Brasil a fim de ensinar a Sua Palavra para libertar o Seu povo. Esta visão tem sido cumprida, o conhecimento da Verdade tem libertado milhares e milhares de pessoas.



APRESENTAÇÃO



POMBA

"Pessoas me perguntam qual o segredo para o sucesso deste Ministério. Eu respondo que aprendi a ser guiado pelo Espírito" (Ap. Bud Wright)

No batismo de Jesus, o Espírito Santo desceu sobre Ele em forma de pomba e uma voz foi ouvida. Cremos que o ministério da Palavra não tem eficácia sem o ministério do Espírito. Seremos guiados e inspirados por Ele é essencial para sermos fiéis a visão celestial.

Jesus também ensinou que devemos ser "simples como as pombas". Estamos certos de que a simplicidade, grande qualidade na vida do Ap. Bud Wright, é também uma marca deste Ministério.

Para a nossa sociedade, a pomba também simboliza sobretudo a paz, e isso também tem uma origem bíblica, pois faz referência a história de Noé, anunciando o fim do dilúvio. A unidade sempre foi uma visão transmitida pelo Ap. Bud Wright, por isso, sempre unidos, seremos mensageiros das boas novas.

FAROL

"Deus me disse que o Verbo da Vida é como um grande farol iluminando a vida das pessoas com a luz da Sua Palavra" (Ap. Bud Wright)

Um farol é um sinalizador, uma estrutura elevada, habitualmente uma torre, dotada de uma potente aparelhagem de iluminação, visível a longas distâncias. A sua principal função é indicar por meio da luz o caminho certo a seguir.

O farol também pode ser considerado um símbolo de santidade, o Apóstolo Paulo escreveu aos Filipenses que devemos ser "como luzeiros no mundo em meio a uma geração pervertida e corrupta".

Este é um Ministério bem estruturado e levantado pelo Senhor à alturas cada vez maiores. Em 2009, o Ap. Bud falou que ouviu do Senhor que o Verbo da Vida vai para todo o mundo.





CORES PREDOMINANTES

MVV



A cor “vinho” foi a escolhida para a marca principal do Ministério Verbo da Vida. O vermelho já foi a cor predominante de uma marca anterior do MVV, utilizada por anos. Por ser uma “cor quente”, entendemos que a mesma tem maior impacto e transmite uma mensagem mais forte.

A derivação escura do vermelho (a cor “vinho”) significa elegância, requinte e sofisticação ou liderança, transmitindo maior credibilidade para a marca.

Segundo alguns estudiosos, em pesquisas que realizamos, o “vinho” é também uma cor que simboliza coragem para mudar o que é necessário, denominando novo tempo.

Biblicamente, vemos o “vinho” também simbolizando mudanças, como na passagem da transformação “da água para o vinho”, bem como no ensinamento de Jesus: “vinho novo em odres novos”. A cor também dá alusão ao sangue de Cristo que nos redimiu, unindo-nos em uma nova aliança com Deus.

IGREJA



Mantivemos o azul como cor predominante da marca da igreja por ser uma cor historicamente característica do nosso Ministério, entendendo que esta será a marca mais visível ao nosso público externo, já que as nossas igrejas são as nossas maiores e mais divulgadas instituições.

Azul significa nobreza, confiança e harmonia. É considerada a cor da verdade e transmite tranquilidade e credibilidade. Esta é a reputação que desejamos para as nossas igrejas.

Comumente, a cor azul é usada para colorir a água e nós cremos que, também através das nossas igrejas, o conhecimento do Senhor cobrirá toda a terra como as águas cobrem o mar.





MINISTÉRIO VERBO DA VIDA



1. MARCA MINISTÉRIO | apresentação

Esta é a marca do Ministério Verbo da Vida. Ela foi criada como base para todo o desenvolvimento gráfico do Ministério. O ícone que permaneceu na composição é uma marca do Ministério, pois o farol com os raios, a pomba e a Bíblia traduz a visão do Ministério.

A fonte utilizada na composição da marca foi criada especificamente para a instituição, não podendo portanto ser utilizada em outras marcas que não seja pré-estabelecida neste manual.

A marca pode ocorrer em duas versões, uma vertical e uma horizontal, sendo preferencial a utilização na vertical. A horizontal será permitida quando for necessária a aplicação pela dificuldade da adequação do formato vertical.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL





1. MARCA MINISTÉRIO | cor institucional



A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa.

		APLICAÇÕES
CMYK	C 30 M 100 Y 80 K 40	Impressões gráficas
RGB	R 122 G 17 B 37	TV Vídeo Multimídia





1. MARCA MINISTÉRIO | tipografia

Criamos uma fonte exclusiva para o Ministério, para que possamos nos manter em um padrão. Essa fonte não poderá ser aplicada para outro fim, a não ser o que foi determinado no manual de identidade visual da instituição.

A fonte está em poder exclusivo do ministério, ou seja, ela não será compartilhada, visto que só será usada nas marcas aqui existentes, não havendo assim necessidade de divulgação.

Em caso de alteração do idioma, a mesma deverá ser feita pelo departamento de comunicação do ministério.

VERBODAVIDA
M I N I S T É R I O

FONTE: VERBO DA VIDA

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

FONTE: VERBO DA VIDA BOLD

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

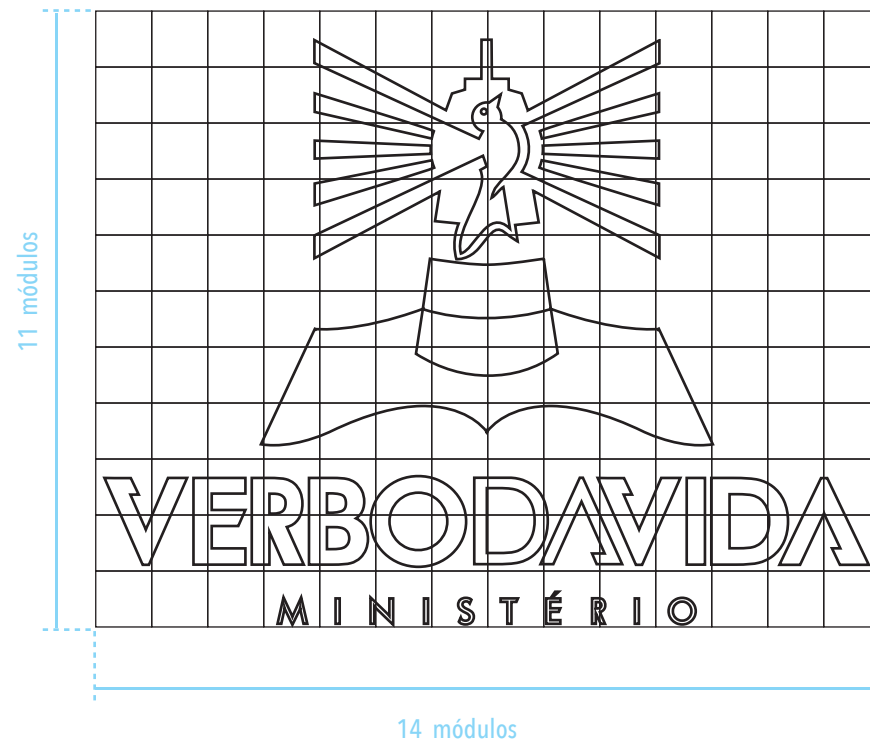


1. MARCA MINISTÉRIO | reprodução da marca

A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.

Caso seja necessária a reprodução, solicitar autorização junto ao departamento de comunicação do MVV.



1. MARCA MINISTÉRIO | uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.

CORRETO



ERRADO



Foi alterada a cor

ERRADO



Foi alterada a proporção entre os elementos

ERRADO



Foi alterada a tipografia

ERRADO



A marca foi deformada

ERRADO



Foi alterado espaçamento entre os elementos

ERRADO



Foi acrescentado elementos





1. MARCA MINISTÉRIO | redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set, as medidas específicas ao lado. A redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.



MÁXIMA REDUÇÃO VERTICAL



MÁXIMA REDUÇÃO HORIZONTAL





1. MARCA MINISTÉRIO | versões monocromáticas

Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.



MARCA

=



PRETO 80%





1. MARCA MINISTÉRIO | marca em negativo

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.





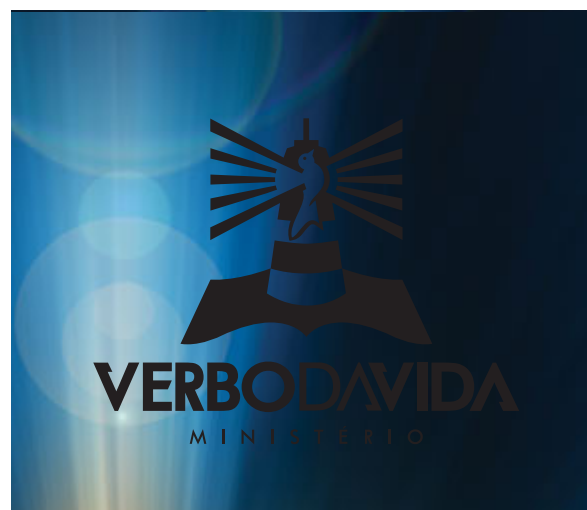
1. MARCA MINISTÉRIO | aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo





IGREJA VERBO DA VIDA



2. MARCA IGREJA | apresentação

VERSÃO VERTICAL

Esta é a marca da Igreja Verbo da Vida. Visando em ter a mesma identidade corporativa, ela é uma derivação da marca do Ministério, contendo os mesmos elementos mantendo assim a mesma visão. Será usada por todas as igrejas Verbo da Vida no Brasil e em outros países, sendo adaptável a qualquer idioma.

A marca pode ocorrer em duas versões, uma vertical e uma horizontal, sendo preferencial a utilização na vertical. A horizontal será permitida quando for necessária a aplicação pela dificuldade da adequação do formato vertical.



VERSÃO HORIZONTAL





2. MARCA IGREJA | cor institucional



A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa.

		APLICAÇÕES
CMYK	C 100 M 75 Y 8 K 0	Impressões gráficas
RGB	R 0 G 84 B 156	TV Vídeo Multimídia





2. MARCA IGREJA | tipografia

Criamos uma fonte exclusiva para o Ministério, para que possamos nos manter em um padrão. Essa fonte não poderá ser aplicada para outro fim, a não ser o que foi determinado no manual de identidade visual da instituição.

A fonte está em poder exclusivo do ministério, ou seja, ela não será compartilhada, visto que só será usada nas marcas aqui existentes, não havendo assim necessidade de divulgação.

Em caso de alteração do idioma, a mesma deverá ser feita pelo departamento de comunicação do ministério.

VERBO DA VIDA
MINISTÉRIO

Fonte: VERBO DA VIDA

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

Fonte: VERBO DA VIDA BOLD

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

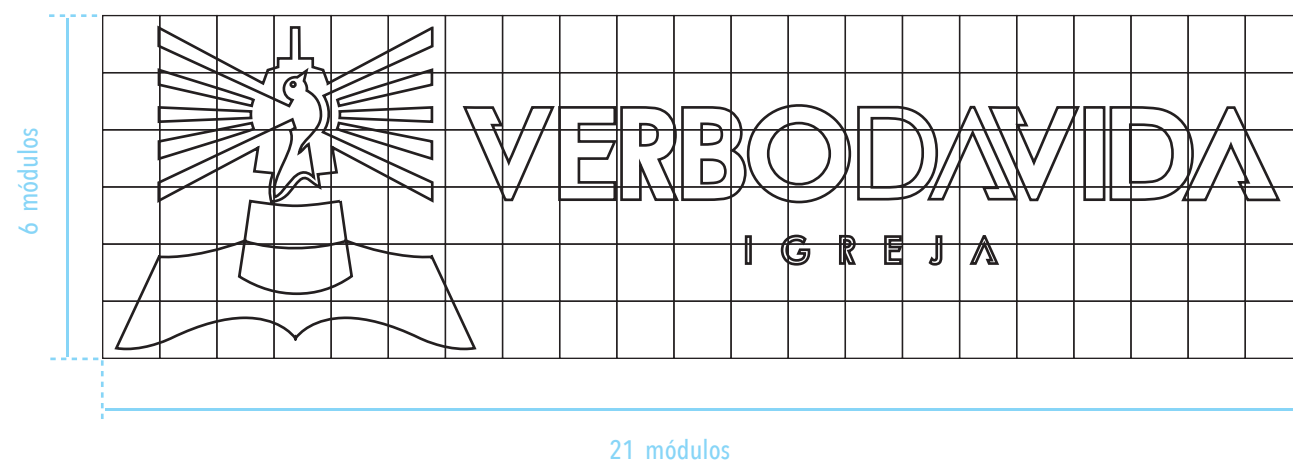
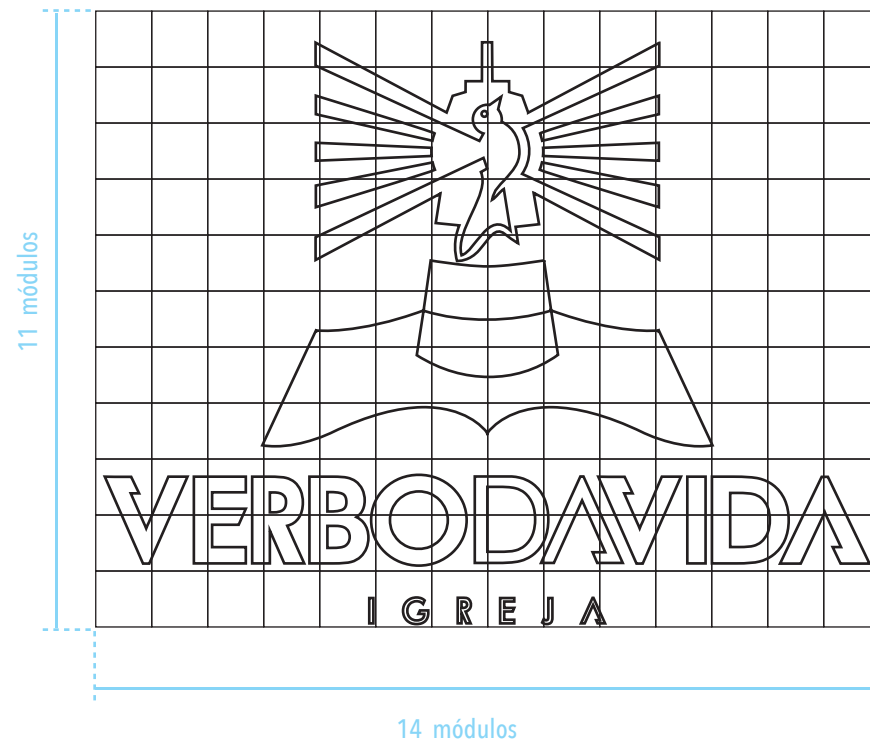


2. MARCA IGREJA | reprodução da marca

A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.

Caso seja necessária a reprodução, solicitar autorização junto ao departamento de comunicação do MVV.



2. MARCA IGREJA | uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.

CORRETO



ERRADO



Foi alterada a cor

ERRADO



Foi alterada a proporção entre os elementos

ERRADO



Foi alterada a tipografia

ERRADO



A marca foi deformada

ERRADO



Foi alterado espaçamento entre os elementos

ERRADO



Foi acrescentado elementos





2. MARCA IGREJA | redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set, as medidas específicas ao lado. A redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.



MÁXIMA REDUÇÃO VERTICAL

MÁXIMA REDUÇÃO HORIZONTAL





2. MARCA IGREJA | versões monocromáticas

Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.



MARCA

=



PRETO 80%





2. MARCA IGREJA | marca em negativo

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.

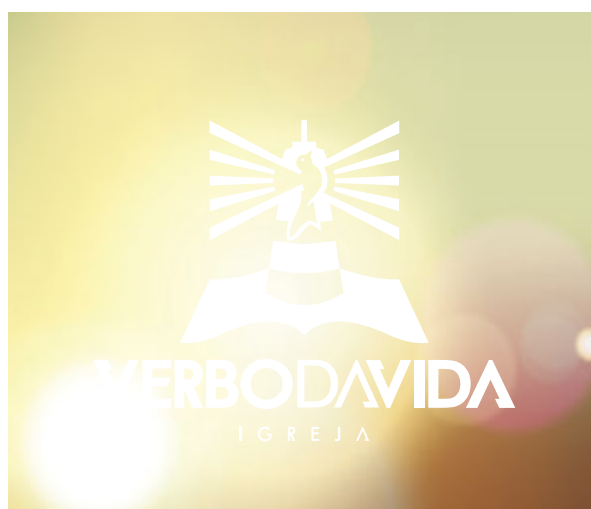




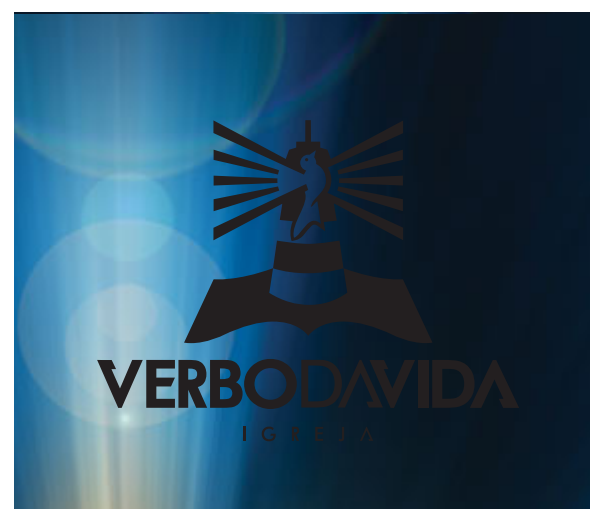
2. MARCA IGREJA | aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



2. MARCA IGREJA | papelaria

Papelaria desenvolvida para padronizar o material gráfico das igrejas que se utilizam deste tipo de mídia impressa.





2. MARCA IGREJA | sinalização

Sinalização desenvolvida como forma de sugestão de padronização de fachada das igrejas.

MARCA APLICADA COM LETRAS ALTO RELEVO NA BASE DE ALUMÍNIO



TOTEM EM ALUMÍNIO





R H E M A



3. RHEMA | apresentação

Esta é a marca do Centro de Treinamento Rhema Brasil, a escola bíblica internominacional dirigida pelo Ministério Verbo da Vida. É uma releitura da marca anterior, trazendo um tom mais sério, sofisticado e se assemelhando diretamente a marca do Rhema em Tulsa, de onde somos afiliados.

A marca só possui uma só versão, não podendo então ser desmembrada e usada de outra forma que seja fora do padrão pré-estabelecido neste manual.



3. RHEMA | cor institucional

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa. A marca é composta por várias cores em gradiente, por isso é importante não tentar redesenhá-la e usar a marca original produzida pelo Ministério Verbo da Vida, caso seja necessário, é preciso bastante cuidado para que não ocorra erros no padrão estipulado.



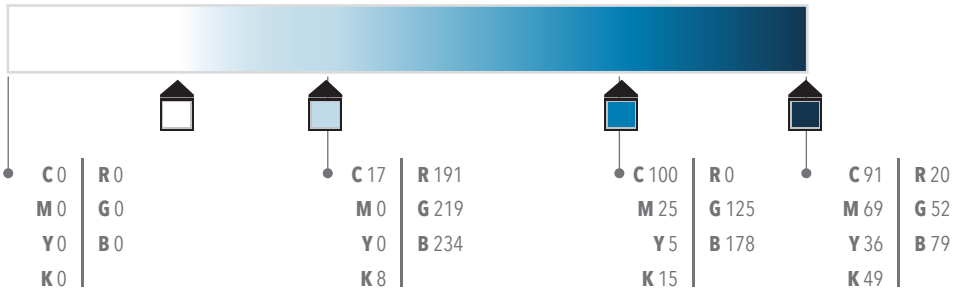
Vermelho



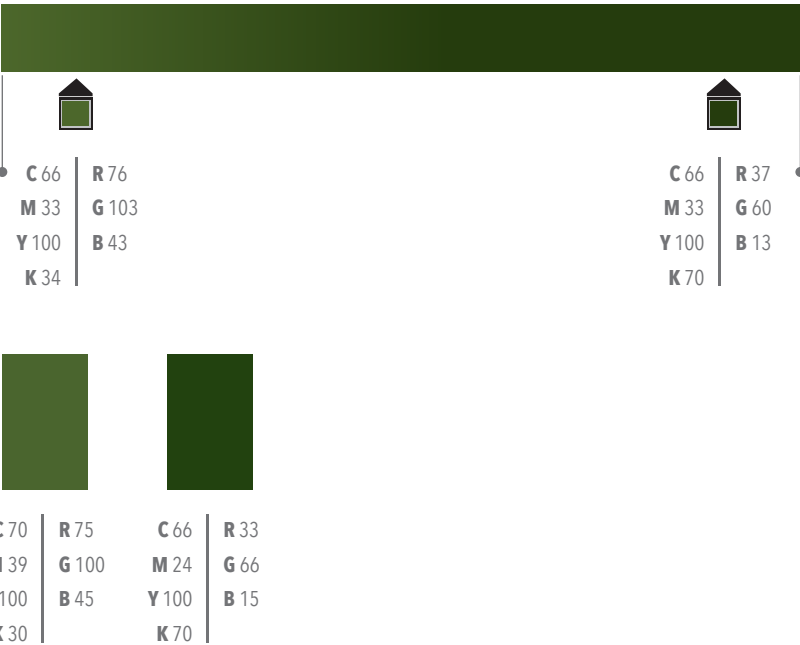
Amarelo



Azul
Linear



Verde
Linear





3. RHEMA | tipografia

São duas as fontes que constituem a marca da Escola Rhema, não podendo ser substituída por uma outra. Em caso de adaptação da língua, essa modificação terá que ser feita pelo próprio Ministério Verbo da Vida, o qual é responsável por toda identidade visual da instituição.

FONTE: ADOBE GARAMOND PRO

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

FONTE: AVENIR NEXT CONDENSED

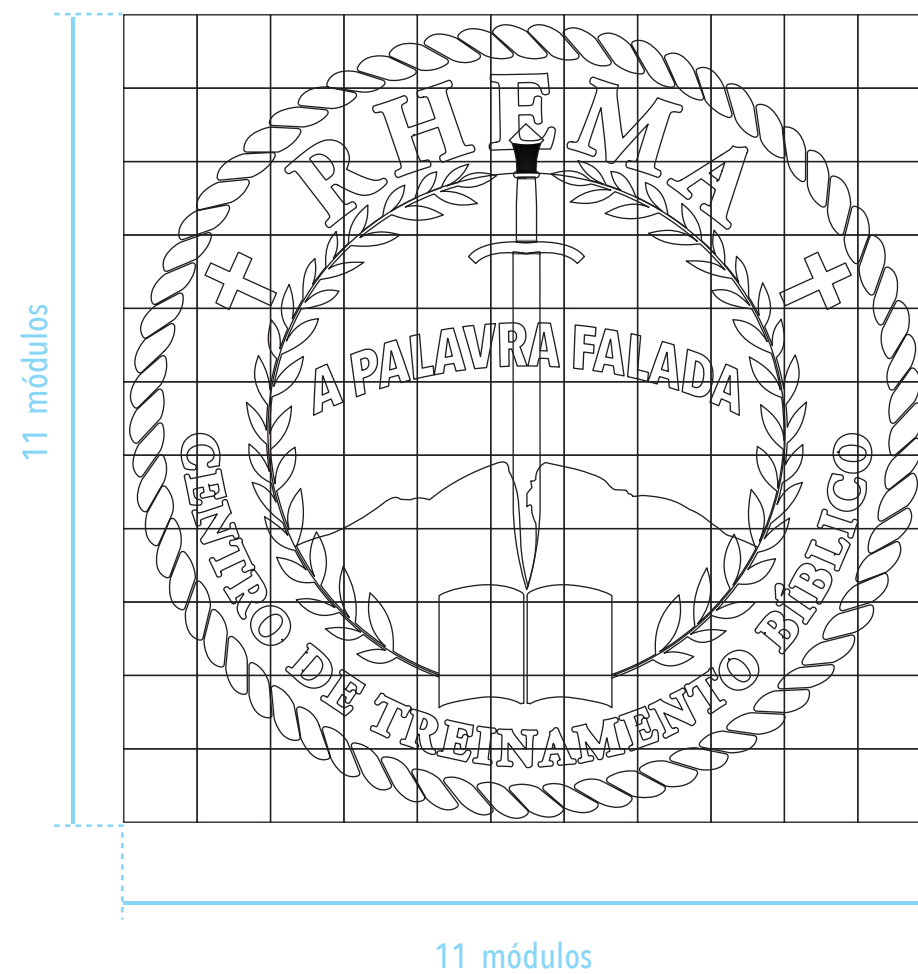
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z



3. RHEMA | reprodução da marca

A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama abaixo, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.



3. RHEMA | uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.

CORRETO



ERRADO



Foi alterada a cor

ERRADO



Foi alterada a proporção entre os elementos

ERRADO



Foi alterada a tipografia

ERRADO



A marca foi deformada

ERRADO



Foi alterado espaçamento entre os elementos



3. RHEMA | redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set, a medida específica ao lado. A redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.



MÁXIMA REDUÇÃO



3 cm



3. RHEMA | versão monocromática

Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.

	MARCA	=		PRETO 0%
	MARCA	=		PRETO 90%
	MARCA	=		PRETO 0%
	MARCA	=		PRETO 40%
	MARCA	=		PRETO 100%



3. RHEMA | marca em negativo

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.



3. RHEMA | aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo

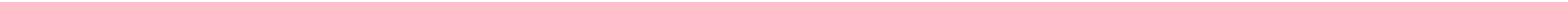


Deve ser feito o contraste da marca com o fundo





A L U M N I



4 . ALUMNI

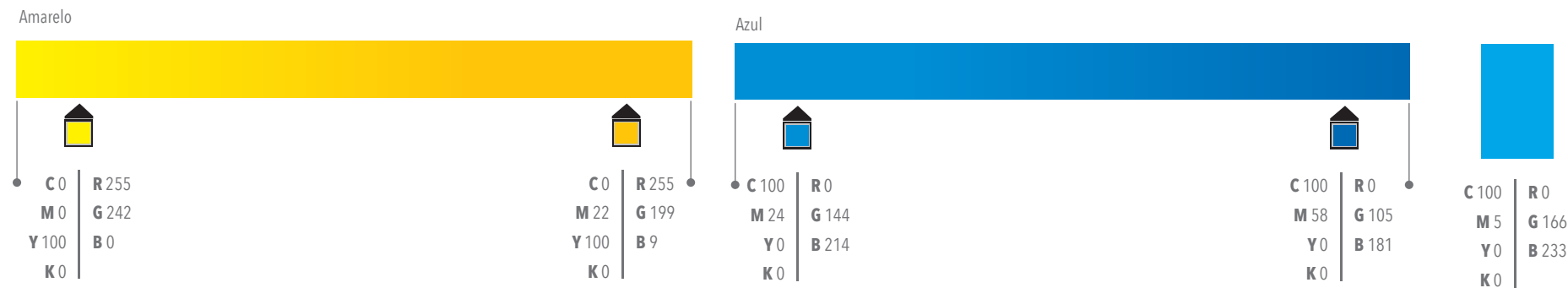
• Apresentação

Esta é a marca da Alumni. Ela é uma marca derivada da marca do Rhema Brasil. Assim como a escola, a marca da Alumni tem como base a semelhança ao Rhema em Tulsa, de onde somos afiliados.

A marca só possui uma só versão, não podendo então ser desmenbrada e usada de outra forma que seja fora do padrão pré-estabelecido neste manual.



• Cor institucional



A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa. A marca é composta por gradientes, por isso é importante não tentar redesenha-la e usar a marca original produzida pelo Ministério Verbo da Vida, caso seja necessário, é preciso bastante cuidado para que não ocorra erros no padrão estipulado.



4. ALUMNI

• Tipografia

São duas as fontes que constituem a marca da Alumni, não podendo ser substituída por uma outra. Em caso de adaptação da língua, essa modificação terá que ser feita pelo próprio Ministério Verbo da Vida, o qual é responsável por toda identidade visual da instituição.

FONTE: ADOBE GARAMOND PRO

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

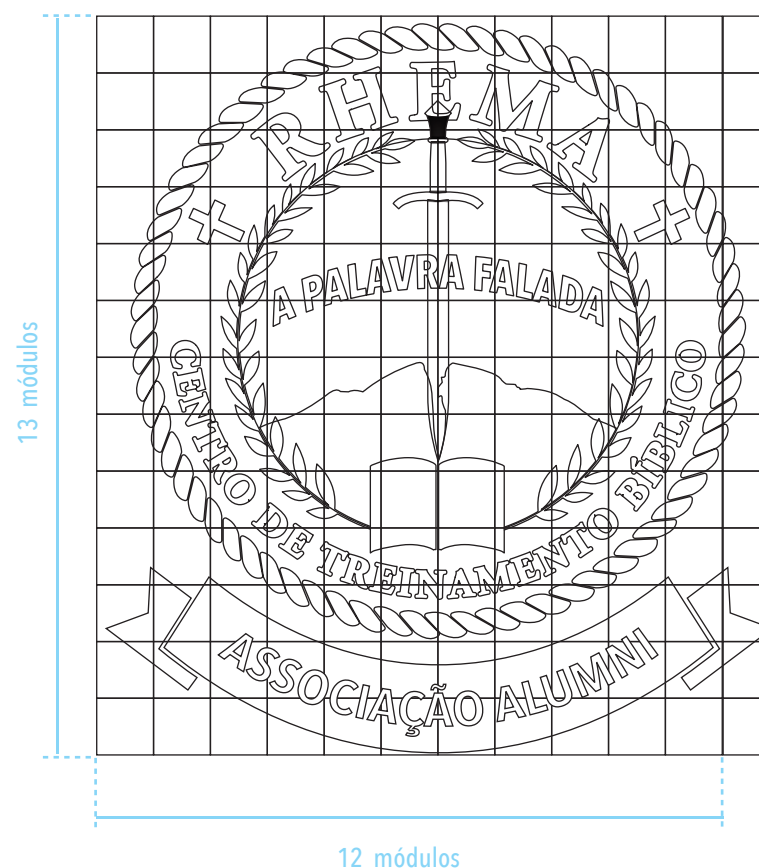
FONTE: AVENIR NEXT CONDENSED

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

• Reprodução da marca

A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama abaixo, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.



4. ALUMNI

• Uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.



• Redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set, a medida específica ao lado. A redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.





4. ALUMNI

- Versão monocromática

Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.



- Marca em negativo

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.



4. ALUMNI

• Aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo





ESCOLA DE MINISTROS



5. ESCOLA DE MINISTROS

• Apresentação

Esta é a marca da Escola de Ministros Rhema. Iconicamente derivada da marca do Ministério Verbo da Vida, essa marca será usada em todas as escolas, sendo fixa ou itinerante.

A marca pode ocorrer em duas versões, uma vertical e uma horizontal, sendo preferencial a utilização na vertical. A horizontal será permitida quando for necessária a aplicação pela dificuldade da adequação do formato vertical.



• Cor institucional

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa.

		APLICAÇÕES
CMYK	C 30 M 100 Y 80 K 40	Impressões gráficas
RGB	R 122 G 17 B 37	TV Vídeo Multimídia



5. ESCOLA DE MINISTROS

• Tipografia

Fonte exclusiva do Ministério Verbo da Vida, não podendo assim ser aplicada para outro fim a não ser o que foi determinado no manual de identidade visual da instituição.

Fonte: VERBO DA VIDA

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

Fonte: VERBO DA VIDA BOLD

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

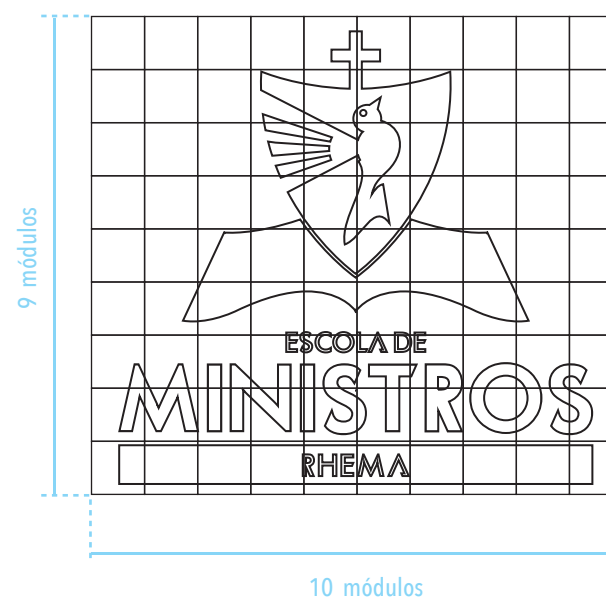
• Reprodução da marca

A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.

Caso seja necessária a reprodução, solicitar autorização junto ao departamento de comunicação do MW.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



5. ESCOLA DE MINISTROS

• Uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.



• Redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set, a medida específica ao lado. A redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

MÁXIMA REDUÇÃO VERTICAL



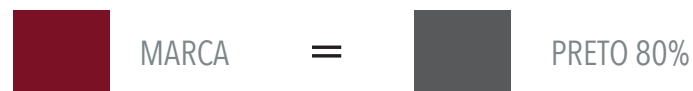
MÁXIMA REDUÇÃO HORIZONTAL



5. ESCOLA DE MINISTROS

• Versão monocromática

Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.



VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



• Marca em negativo

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.





5. ESCOLA DE MINISTROS

• Aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo





ESCOLA DE MISSÕES



6. ESCOLA DE MISSÕES

• Apresentação

Esta é a marca da Escola de Missões Rhema. Iconicamente derivada da marca do Ministério Verbo da Vida, essa marca será usada em todas as escolas. A marca pode ocorrer em duas versões, uma vertical e uma horizontal, sendo preferencial a utilização na vertical. A horizontal será permitida quando for necessária a aplicação pela dificuldade da adequação do formato vertical.



• Cor institucional

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa.

		APLICAÇÕES
CMYK	C 90 M 52 Y 46 K 22	Impressões gráficas
RGB	R 23 G 92 B 106	TV Vídeo Multimídia



6. ESCOLA DE MISSÕES

• Tipografia

Fonte exclusiva do Ministério Verbo da Vida, não podendo assim ser aplicada para outro fim a não ser o que foi determinado no manual de identidade visual da instituição.

Fonte: VERBO DA VIDA

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

Fonte: VERBO DA VIDA BOLD

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

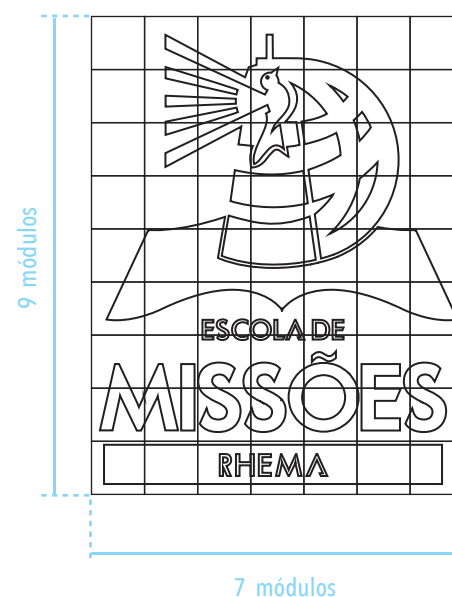
• Reprodução da marca

A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

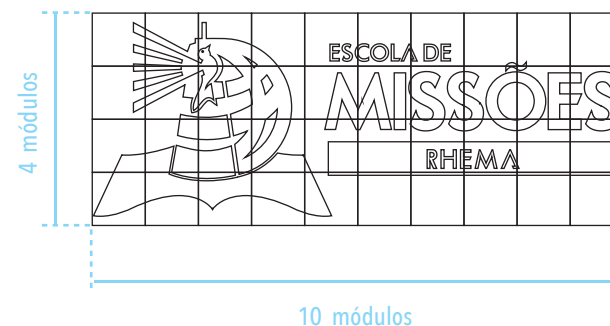
Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.

Caso seja necessária a reprodução, solicitar autorização junto ao departamento de comunicação do MW.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



6. ESCOLA DE MISSÕES

• Uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.



• Redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set, a medida específica ao lado. A redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

MÁXIMA REDUÇÃO VERTICAL



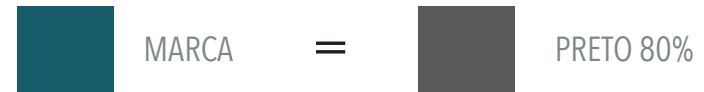
MÁXIMA REDUÇÃO HORIZONTAL



6. ESCOLA DE MISSÕES

• Versão monocromática

Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.



VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



• Marca em negativo

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.



• Aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

6. ESCOLA DE MISSÕES

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo





RHEMA KIDS



7. RHEMA KIDS

• Apresentação

Esta é a marca do Rhema Kids, departamento infantil da Escola Rhema. Ela é derivada do Rhema Brasil, fazendo assim, a associação com a escola e com a visão de ensinar a Palavra para as crianças da mesma forma que seus pais.

A marca pode ocorrer em duas versões, uma vertical e uma horizontal, sendo preferencial a utilização na vertical. A horizontal será permitida quando for necessária a aplicação pela dificuldade da adequação do formato vertical.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



• Cor institucional

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa.

													
C 70	R 0	C 0	R 237	C 15	R 200	C 100	R 0	C 100	R 0	C 0	R 255	C 0	R 219
M 4	G 185	M 100	G 28	M 100	G 32	M 0	G 114	M 0	G 166	M 0	G 242	M 13	G 184
Y 0	B 237	Y 100	B 36	Y 79	B 60	Y 100	B 54	Y 100	B 81	Y 100	B 0	Y 95	B 26
K 0		K 0		K 4		K 40		K 0		K 0		K 17	



7. RHEMA KIDS

• Tipografia

São duas as fontes que compõem a marca, sendo uma exclusiva do Ministério Verbo da Vida, não podendo assim ser aplicada para outro fim a não ser o que foi determinado no manual de identidade visual da instituição.

FONTE: DEBUSSY

**abcdefghijklmnopq
rstuvxz**

FONTE: VERBO DA VIDA

**A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É**

FONTE: VERBO DA VIDA BOLD

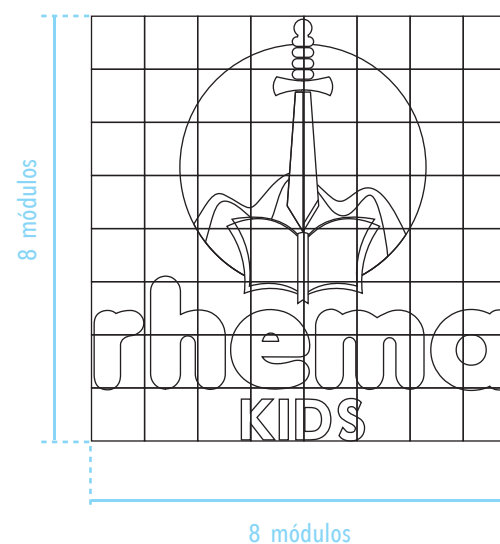
**A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É**

• Reprodução da marca

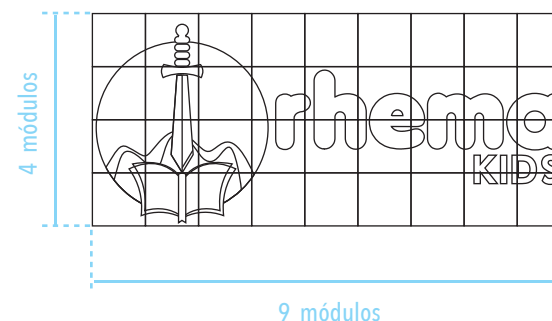
A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



7. RHEMA KIDS

• Uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.

CORRETO



ERRADO



Foi alterada a cor

ERRADO



Foi alterada a proporção entre os elementos

ERRADO



Foi alterada a tipografia

ERRADO



A marca foi deformada

ERRADO



Foi alterado espaçamento entre os elementos

• Redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set, a medida específica ao lado. A redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

MÁXIMA REDUÇÃO VERTICAL



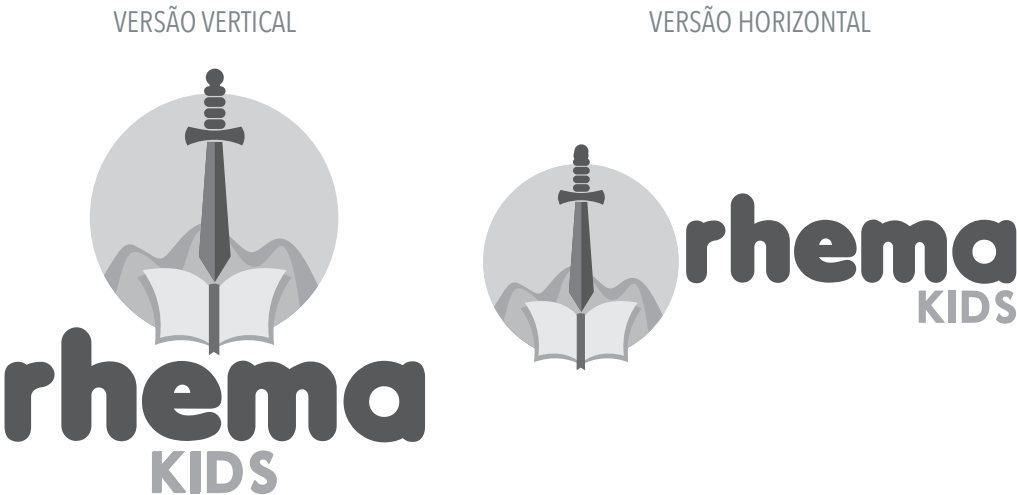
MÁXIMA REDUÇÃO HORIZONTAL



7. RHEMA KIDS

• Versão monocromática

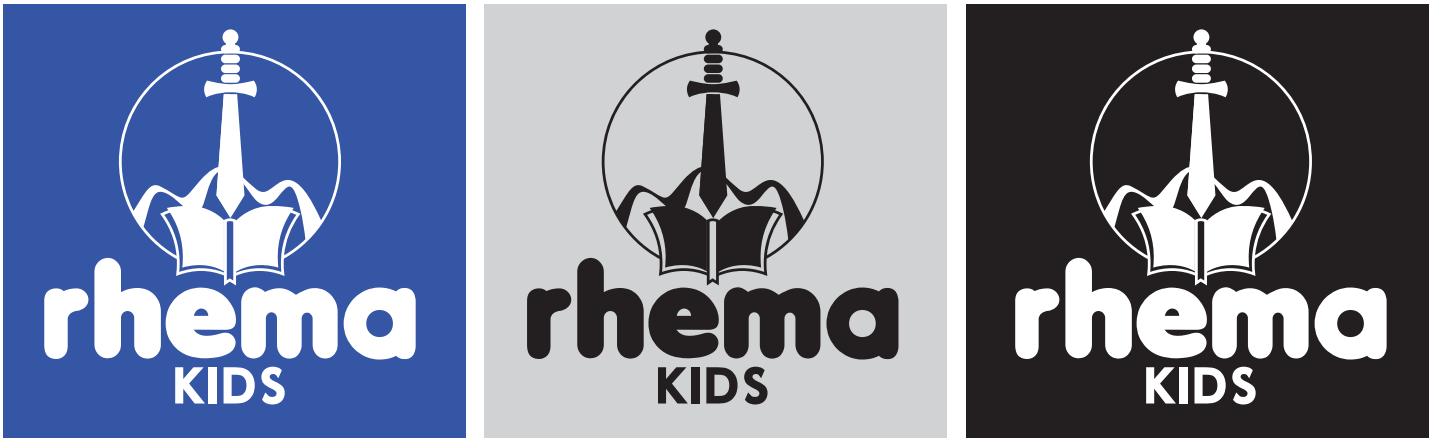
Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.



	MARCA	=		PRETO 20%
	MARCA	=		PRETO 80%
	MARCA	=		PRETO 60%
	MARCA	=		PRETO 40%
	MARCA	=		PRETO 30%
	MARCA	=		PRETO 10%
	MARCA	=		PRETO 40%

• Marca em negativo

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.



7. RHEMA KIDS

• Aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo





AGÊNCIA DE MISSÕES



8. AGÊNCIA DE MISSÕES

• Apresentação

Esta é a marca da Agência de Missões Verbo da Vida. Derivada da marca do Ministério, essa agência tem a responsabilidade de auxiliar os missionários associados a ela ao redor do mundo.

A marca pode ocorrer em duas versões, uma vertical e uma horizontal, sendo preferencial a utilização na vertical. A horizontal será permitida quando for necessária a aplicação pela dificuldade da adequação do formato vertical.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



• Cor institucional

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa.

			APLICAÇÕES
CMYK	C 100 M 75 Y 8 K 0	C 78 M 25 Y 6 K 0	Impressões gráficas
	R 0 G 84 B 156	R 3 G 152 B 203	TV Vídeo Multimídia



•Tipografia

Fonte exclusiva do Ministério Verbo da Vida, não podendo assim ser aplicada para outro fim a não ser o que foi determinado no manual de identidade visual da instituição.

FORTE: VERBO DA VIDA

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

FORTE: VERBO DA VIDA BOLD

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

•Reprodução da marca

A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



8. AGÊNCIA DE MISSÕES

• Uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.



• Redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set, a medida específica ao lado. A redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

MÁXIMA REDUÇÃO VERTICAL



MÁXIMA REDUÇÃO HORIZONTAL



8. AGÊNCIA DE MISSÕES

• Versão monocromática

Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.

	MARCA	=		PRETO 80%
	MARCA	=		PRETO 50%

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



• Marca em negativo

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.





8. AGÊNCIA DE MISSÕES

• Aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo





ASSOCIAÇÃO MINISTERIAL



9. ASSOCIAÇÃO MINISTERIAL

• Apresentação

Esta é a marca da Associação Ministerial Verbo da Vida. Derivada da marca do Ministério Verbo da Vida, essa associação visa manter os ministros em unidade mesmo estando distantes.

A marca pode ocorrer em duas versões, uma vertical e uma horizontal, sendo preferencial a utilização na vertical. A horizontal será permitida quando for necessária a aplicação pela dificuldade da adequação do formato vertical.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



• Cor institucional

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa.

			APLICAÇÕES
CMYK	C 30 M 100 Y 80 K 40	C 21 M 100 Y 95 K 12	Impressões gráficas
RGB	R 122 G 17 B 37	R 178 G 32 B 41	TV Vídeo Multimídia





9. ASSOCIAÇÃO MINISTERIAL

•Tipografia

Fonte exclusiva do Ministério Verbo da Vida, não podendo assim ser aplicada para outro fim a não ser o que foi determinado no manual de identidade visual da instituição.

Fonte: VERBO DA VIDA

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

Fonte: VERBO DA VIDA BOLD

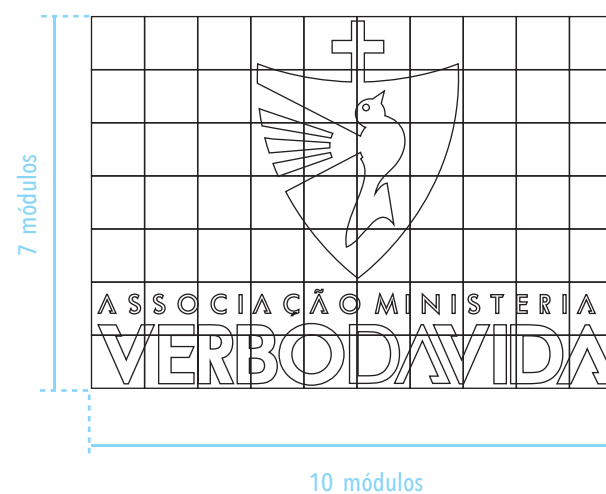
A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

•Reprodução da marca

A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



9. ASSOCIAÇÃO MINISTERIAL

• Uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.



• Redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set, a medida específica ao lado. A redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

MÁXIMA REDUÇÃO VERTICAL



MÁXIMA REDUÇÃO HORIZONTAL



9. ASSOCIAÇÃO MINISTERIAL

- **Versão monocromática**

Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.



VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



- **Marca em negativo**

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.





9. ASSOCIAÇÃO MINISTERIAL

• Aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo





CENTRO DE CURA



10. CENTRO DE CURA

• Apresentação

Esta é a marca do Centro de Cura Rhema. Derivada da marca do Ministério Verbo da Vida, ela pode ocorrer em duas versões, uma vertical e uma horizontal, sendo preferencial a utilização na vertical. A horizontal será permitida quando for necessária a aplicação pela dificuldade da adequação do formato vertical.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



• Cor institucional

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa.

			APLICAÇÕES
CMYK	C 83 M 50 Y 85 K 68	C 90 M 37 Y 100 K 35	Impressões gráficas
	R 14 G 48 B 27	R 5 G 92 B 47	TV Vídeo Multimídia





10. CENTRO DE CURA

•Tipografia

Fonte exclusiva do Ministério Verbo da Vida, não podendo assim ser aplicada para outro fim a não ser o que foi determinado no manual de identidade visual da instituição.

FORTE: VERBO DA VIDA

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

FORTE: VERBO DA VIDA BOLD

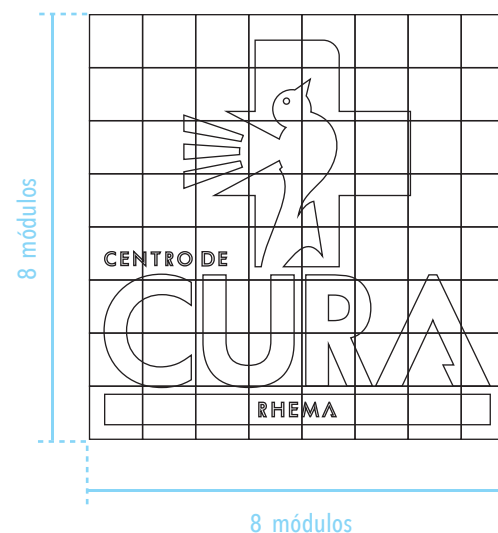
A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

•Reprodução da marca

A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



10. CENTRO DE CURA

• Uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.



• Redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set, a medida específica ao lado. A redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

MÁXIMA REDUÇÃO VERTICAL



MÁXIMA REDUÇÃO HORIZONTAL



10. CENTRO DE CURA

- Versão monocromática

Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.



VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



- Marca em negativo

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.



10. CENTRO DE CURA

• Aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



CRIANÇAS VERBO DA VIDA

11. CRIANÇAS VERBO DA VIDA

• Apresentação

Esta é a marca Crianças Verbo da Vida, derivada da marca do Ministério Verbo da Vida ela estará substituindo a Igreja de Crianças

A marca pode ocorrer em duas versões, uma vertical e uma horizontal, sendo preferencial a utilização na vertical. A horizontal será permitida quando for necessária a aplicação pela dificuldade da adequação do formato vertical.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



• Cor institucional

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa.

				APLICAÇÕES
CMYK	C 100 M 70 Y 0 K 10	C 15 M 100 Y 100 K 5	C 50 M 0 Y 100 K 0	Impressões gráficas
	R 0 G 82 B 156	R 199 G 33 B 39	R 141 G 198 B 63	
RGB	R 0 G 82 B 156	R 199 G 33 B 39	R 141 G 198 B 63	TV Vídeo Multimídia





11. CRIANÇAS VERBO DA VIDA

• Tipografia

São duas as fontes que compõem a marca, sendo uma exclusiva do Ministério Verbo da Vida, não podendo assim ser aplicada para outro fim a não ser o que foi determinado no manual de identidade visual da instituição.

FONTE: DEBUSSY

**abcdefghijklmnopq
rstuvxz**

FONTE: VERBO DA VIDA

**A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É**

FONTE: VERBO DA VIDA BOLD

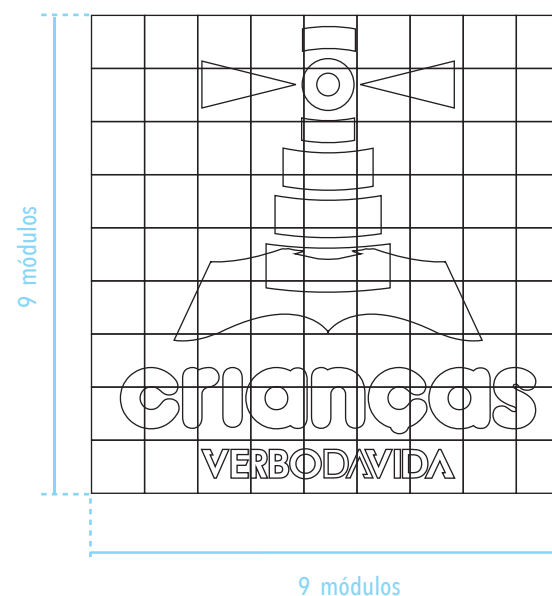
**A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É**

• Reprodução da marca

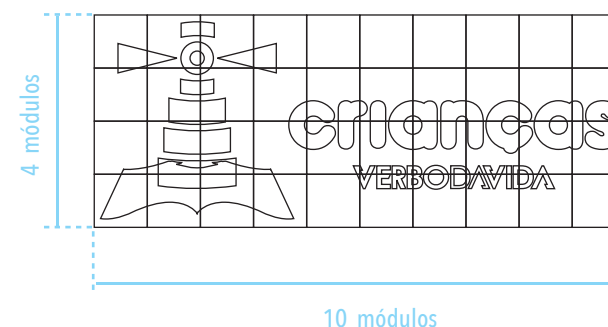
A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



11. CRIANÇAS VERBO DA VIDA

• Uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.



• Redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set, a medida específica ao lado. A redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

MÁXIMA REDUÇÃO VERTICAL



MÁXIMA REDUÇÃO HORIZONTAL



11. CRIANÇAS VERBO DA VIDA

- **Versão monocromática**

Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



	MARCA	=		PRETO 90%
	MARCA	=		PRETO 60%
	MARCA	=		PRETO 80%
	MARCA	=		PRETO 40%

- **Marca em negativo**

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.



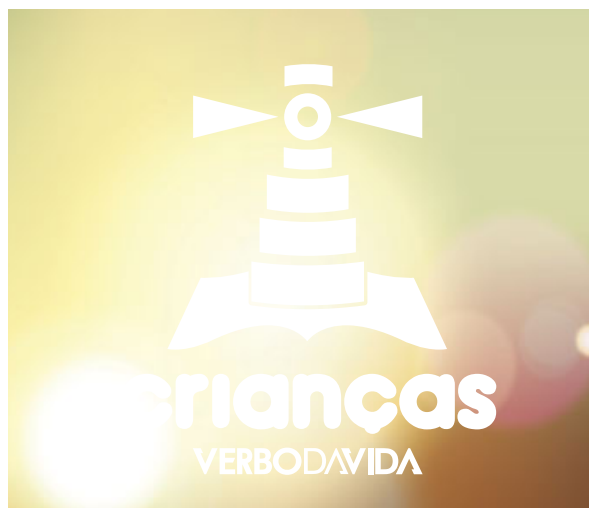


11. CRIANÇAS VERBO DA VIDA

• Aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo





RHEMA BRASIL PUBLICAÇÕES



12. RHEMA PUBLICAÇÕES

• Apresentação

Esta é a marca Rhema Brasil Publicações, ela uma modernização da marca anterior e também derivada da marca do Ministério Verbo da Vida. A marca pode ocorrer em duas versões, uma vertical e uma horizontal, sendo preferencial a utilização na vertical. A horizontal será permitida quando for necessária a aplicação pela dificuldade da adequação do formato vertical.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



• Cor institucional

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa.

			APLICAÇÕES
CMYK	C 75 M 50 Y 55 K 30	C 80 M 60 Y 60 K 75	Impressões gráficas
	R 64 G 90 B 90	R 16 G 34 B 35	TV Vídeo Multimídia





12. RHEMA PUBLICAÇÕES

• Tipografia

Fonte exclusiva do Ministério Verbo da Vida, não podendo assim ser aplicada para outro fim a não ser o que foi determinado no manual de identidade visual da instituição.

FONTE: VERBO DA VIDA

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

FONTE: VERBO DA VIDA BOLD

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

• Reprodução da marca

A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



12. RHEMA PUBLICAÇÕES

• Uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.



• Redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set, a medida específica ao lado. A redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

MÁXIMA REDUÇÃO VERTICAL



MÁXIMA REDUÇÃO HORIZONTAL



12. RHEMA PUBLICAÇÕES

• Versão monocromática

Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



• Marca em negativo

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.



12. RHEMA PUBLICAÇÕES

- Aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



PORTAL VERBO DA VIDA



13. PORTAL VERBO DA VIDA

• Apresentação

Esta é a marca do portal Verbo da Vida. Com um alcance imensurável ela foi modernizada e segue a mesma linha do Ministério Verbo da Vida. A marca pode ocorrer em duas versões, uma vertical e uma horizontal, sendo preferencial a utilização na horizontal. A vertical será permitida quando for necessária a aplicação pela dificuldade da adequação do formato horizontal.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



• Cor institucional

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa.

			APLICAÇÕES
CMYK			
	C 30 M 100 Y 80 K 40	C 100 M 75 Y 8 K 0	Impressões gráficas
RGB	R 122 G 17 B 37	R 0 G 82 B 156	TV Vídeo Multimídia



13. PORTAL VERBO DA VIDA

•Tipografia

Fonte exclusiva do Ministério Verbo da Vida, não podendo assim ser aplicada para outro fim a não ser o que foi determinado no manual de identidade visual da instituição.

FONTE: VERBO DA VIDA

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

FONTE: VERBO DA VIDA BOLD

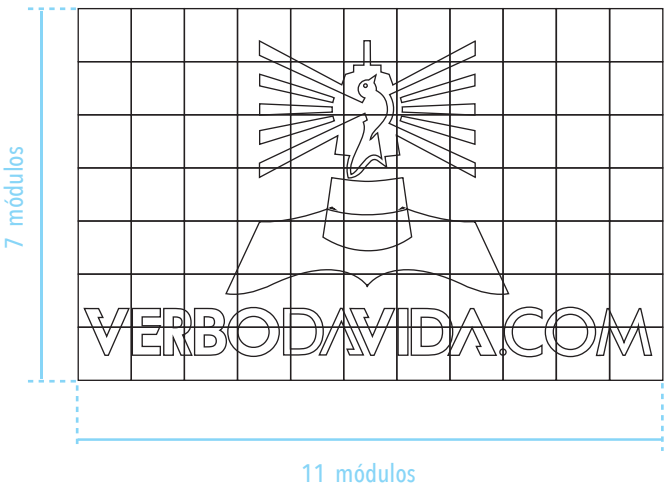
A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

•Reprodução da marca

A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



13. PORTAL VERBO DA VIDA

• U s o i n c o r r e t o

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.

CORRETO



ERRADO



Foi alterada a proporção entre os elementos

ERRADO



Foi alterada a tipografia

ERRADO



Foi alterada a cor

ERRADO



A marca foi deformada

ERRADO



Foi alterado espaçamento entre os elementos

• R e d u ç ã o

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set, a medida específica ao lado. A redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

MÁXIMA REDUÇÃO VERTICAL



MÁXIMA REDUÇÃO HORIZONTAL



13. PORTAL VERBO DA VIDA

• Versão monocromática

Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



	MARCA	=		PRETO 80%
	MARCA	=		PRETO 50%

• Marca em negativo

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.



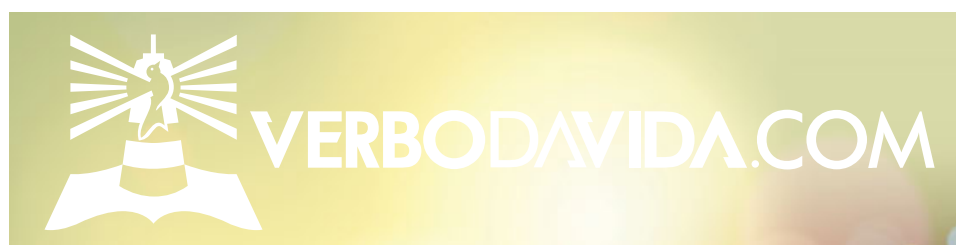


13. PORTAL VERBO DA VIDA

- Aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro

ERRADO



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo





VERBO APP



14. VERBO APP

• Apresentação

Esta é a marca do Verbo App, aplicativo móvel criado para facilitar o alcance da Palavra Revelada. Ela foi modernizada e tem a mesma linha de raciocínio criativo do Ministério Verbo da Vida.

A marca pode ocorrer em duas versões, uma vertical e uma horizontal, sendo preferencial a utilização na vertical. A horizontal será permitida quando for necessária a aplicação pela dificuldade da adequação do formato vertical.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



• Cor institucional

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa.

		APLICAÇÕES
CMYK	C 30 M 100 Y 80 K 40	Impressões gráficas
	C 21 M 100 Y 95 K 12	
RGB	R 122 G 17 B 37	TV Vídeo Multimídia
	R 178 G 32 B 41	



14. VERBO APP

•Tipografia

Fonte exclusiva do Ministério Verbo da Vida, não podendo assim ser aplicada para outro fim a não ser o que foi determinado no manual de identidade visual da instituição.

Fonte: VERBO DA VIDA

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

Fonte: VERBO DA VIDA BOLD

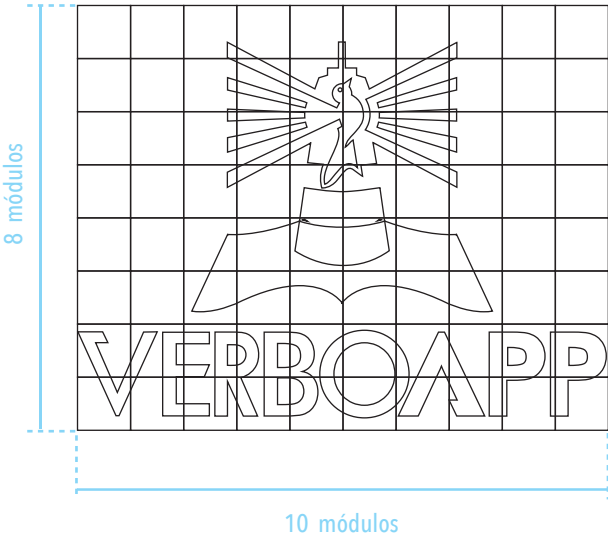
A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

•Reprodução da marca

A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL





14. VERBO APP

• Uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.

CORRETO



ERRADO

*Foi alterada a cor*

ERRADO

*Foi alterada a proporção entre os elementos*

ERRADO

*Foi alterada a tipografia*

ERRADO

*A marca foi deformada*

ERRADO

*Foi alterado espaçamento entre os elementos*

• Redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set. A medida específica ao lado, a redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

MÁXIMA REDUÇÃO VERTICAL



2 cm

MÁXIMA REDUÇÃO HORIZONTAL



3 cm



14. VERBO APP

• Versão monocromática

Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.



VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



• Marca em negativo

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.

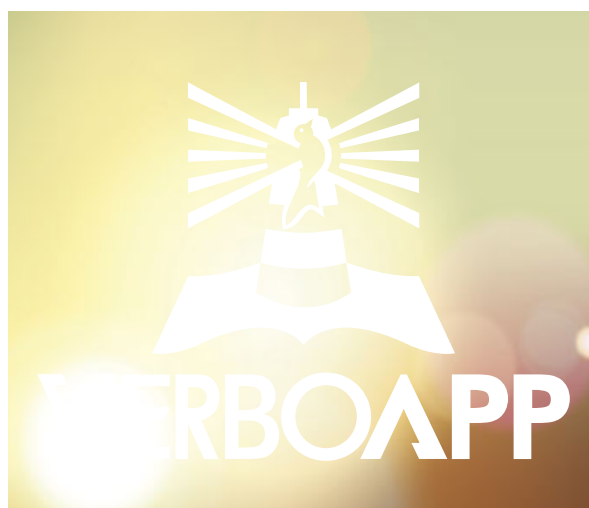


14. VERBO APP

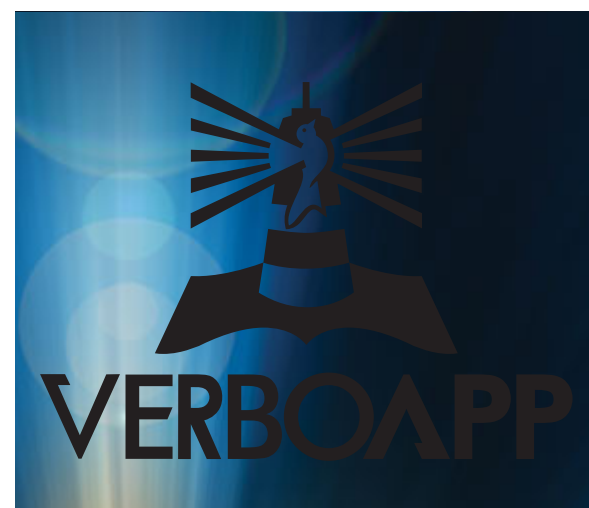
• Aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo





VERBO TV



15. VERBO TV

• Apresentação

Esta é a marca do Verbo TV, on line, a TV acompanha o público do portal da instituição. Ela foi modernizada e inserida no contexto criativo do Ministério Verbo da Vida.

A marca pode ocorrer em duas versões, uma vertical e uma horizontal, sendo preferencial a utilização na vertical. A horizontal será permitida quando for necessária a aplicação pela dificuldade da adequação do formato vertical.



• Cor institucional

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa.

				APLICAÇÕES
CMYK	C 30 M 100 Y 80 K 40	C 21 M 100 Y 95 K 12	C 100 M 70 Y 0 K 10	Impressões gráficas
	R 122 G 17 B 37	R 178 G 32 B 41	R 0 G 82 B 156	
RGB	R 122 G 17 B 37	R 178 G 32 B 41	R 0 G 82 B 156	TV Vídeo Multimídia





15. VERBO TV

•Tipografia

Fonte exclusiva do Ministério Verbo da Vida, não podendo assim ser aplicada para outro fim a não ser o que foi determinado no manual de identidade visual da instituição.

FONTE: VERBO DA VIDA

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

FONTE: VERBO DA VIDA BOLD

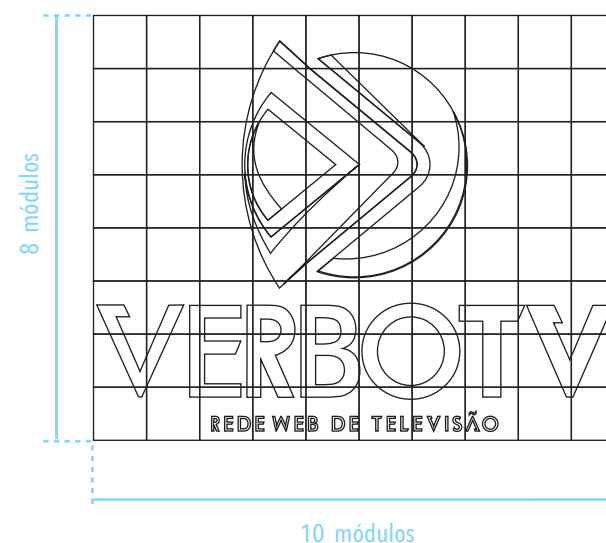
A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

•Reprodução da marca

A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



15. VERBO TV

• Uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.

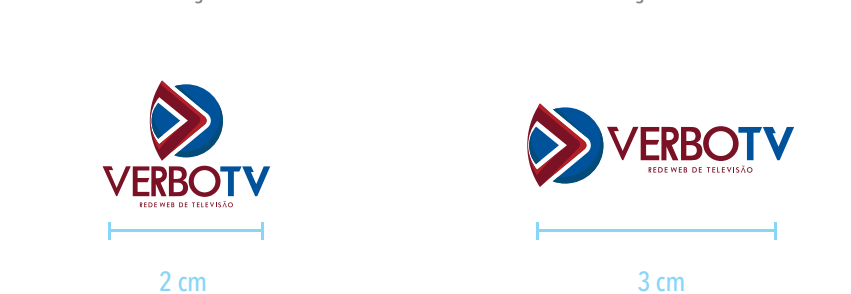


• Redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set. A medida específica ao lado, a redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

MÁXIMA REDUÇÃO VERTICAL



15. VERBO TV

• Versão monocromática

Em caso de limitação quanto as cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.

VERSÃO VERTICAL

VERSÃO HORIZONTAL



	MARCA	=		PRETO 80%
	MARCA	=		PRETO 50%
	MARCA	=		PRETO 70%
	MARCA	=		PRETO 80%

• Marca em negativo

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.





15. VERBO TV

• Aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo





VERBOSHOP



16. VERBOSHOP

• Apresentação

Esta é a marca do Verboshop, o site que disponibiliza conteúdos que mantém a visão da instituição. A marca foi criada para manter essa mesma identidade corporativa.

A marca pode ocorrer em duas versões, uma vertical e uma horizontal, sendo preferencial a utilização na vertical. A horizontal será permitida quando for necessária a aplicação pela dificuldade da adequação do formato vertical.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



• Cor institucional

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem corporativa.

			APLICAÇÕES
CMYK	C 30 M 100 Y 80 K 40	C 21 M 100 Y 95 K 12	Impressões gráficas
	R 122 G 17 B 37	R 178 B 32 B 41	TV Vídeo Multimídia





16. VERBOSHOP

•Tipografia

Fonte exclusiva do Ministério Verbo da Vida, não podendo assim ser aplicada para outro fim a não ser o que foi determinado no manual de identidade visual da instituição.

FONTE: VERBO DA VIDA

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

FONTE: VERBO DA VIDA BOLD

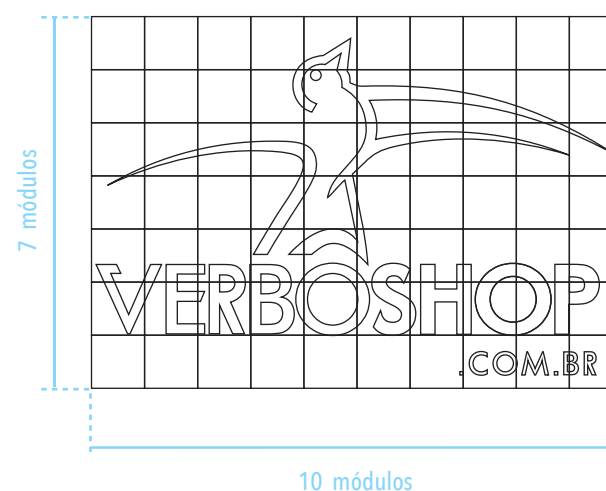
A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V X Z É

•Reprodução da marca

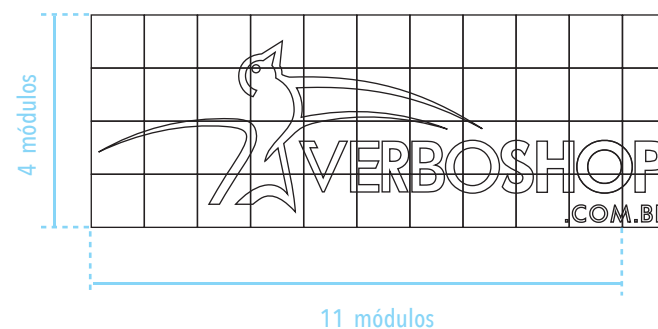
A consolidação de uma marca requer o uso correto de todos os seus elementos. Portanto não tente redesenhar as marcas pois estará colocando a qualidade da imagem do serviço em risco. Para aplicar a marca use sempre um arquivo produzido pelo próprio Ministério.

Somente no caso de total impossibilidade do uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento da marca.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL





16. VERBOSHOP

• Uso incorreto

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado, segue alguns exemplos do que não deve ocorrer.



• Redução

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução.

Recomendamos como limite de redução para impressão off-set. A medida específica ao lado, a redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

MÁXIMA REDUÇÃO VERTICAL



MÁXIMA REDUÇÃO HORIZONTAL



16. VERBOSHOP

• Versão monocromática

Esta é a marca do Verboshop, o site que disponibiliza conteúdos que mantém a visão da instituição. A marca foi criada para manter essa mesma identidade corporativa.

VERSÃO VERTICAL

VERSÃO HORIZONTAL



MARCA

=



PRETO 80%



MARCA

=



PRETO 50%

• Marca em negativo

Deve-se sempre dar preferência a uso da marca na cor institucional em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.



16. VERBOSHOP

• Aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos é necessário perceber se está prejudicando de alguma forma a leitura.

ERRADO



Não se coloca a marca clara sobre o fundo claro



Não se coloca a marca escura sobre o fundo escuro

CORRETO



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo



Deve ser feito o contraste da marca com o fundo