

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL



REPAM

REDE ECLESIAL PAN-AMAZÔNICA

fonte de vida no coração da Igreja

SUMÁRIO

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	3
<i>INTRODUCCIÓN</i>	
IDENTIDADE DA REPAM.....	4
<i>IDENTIDAD DE LA REPAM</i>	
CONCEITO DA MARCA	5
<i>CONCEPTO DE MARCA</i>	
COMPOSIÇÃO DA MARCA.....	6
<i>COMPOSICIÓN DE MARCA</i>	
ASSINATURAS - VERSÃO IDIOMAS	7
<i>SIGNATURAS - VERSIÓN EN IDIOMA</i>	
ASSINATURAS - VERSÃO COM O NOME DO PAÍS MEMBRO	8
<i>SIGNATURAS - VERSIÓN CON EL NOMBRE DEL PAÍS MIEMBRO</i>	
SISTEMAS DE ASSINATURA	9
<i>SISTEMAS DE SIGNATURA</i>	
FAMÍLIA TIPOGRÁFICA.....	10
<i>FAMILIA TIPOGRÁFICA</i>	
ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA DA MARCA.....	11
<i>ÁREA DE NO INTERFERENCIA DE LA MARCA</i>	
CÓDIGO CROMÁTICO - PALETA DE CORES	12
<i>CÓDIGO CROMÁTICO - PALETA DE COLORES</i>	
VARIAÇÕES CROMÁTICAS - COLORIDO, CINZA E MONOCROMÁTICO.....	13
<i>VARIACIONES CROMÁTICAS - COLOREADO, GRIS Y MONOCROMÁTICO</i>	
PADRÃO CROMÁTICO - APLICAÇÃO EM FUNDO COLORIDO.....	14
<i>ESTÁNDAR DE COLOR - APLICACIÓN SOBRE FONDO DE COLOR</i>	
DIMENSÕES MÍNIMAS	15
<i>DIMENSIONES MÍNIMAS</i>	
USOS INCORRETOS.....	16
<i>USOS INCORRECTOS</i>	
AVATAR.....	17
<i>AVATAR</i>	
ACESSE OS ARQUIVOS DA MARCA.....	18
<i>ACCEDE A LOS ARCHIVOS DE LA MARCA</i>	
APLICAÇÃO DA MARCA	19
<i>APLICACIÓN DE MARCA</i>	
EXPEDIENTE	30



INTRODUÇÃO

INTRODUCCIÓN

É com muita alegria que a Rede Eclesial Pan-Amazônica REPAM apresenta às REPAMs Nacionais, e seus respectivos núcleos temáticos, o Manual de Identidade Visual REPAM. Este guia é um importante instrumento para a integração das REPAMs, ao definir padrões técnicos e comuns para o uso e aplicação da marca REPAM.

Este manual tem por objetivo elucidar a construção e parametrizar o uso da identidade visual da REPAM, bem como disponibilizar o material oficial de comunicação visual para todos os núcleos, comitês e grupos da Rede, garantindo sua perfeita utilização e unidade na linguagem visual em todos os seus espaços – físicos e virtuais.

O Manual de Identidade Visual REPAM apresenta diretrizes para a aplicação correta da marca, incluindo elementos como a paleta de cores, tipografia, imagens e layout.

A REPAM espera que este manual seja mais um recurso à disposição para ampliarmos ainda mais o trabalho em rede, um dos pilares da nossa missão.

Es con gran alegría que la Red Eclesial Panamazónica REPAM presenta, a las REPAMs Nacionales, y sus respectivos núcleos temáticos, el Manual de Identidad Visual REPAM. Esta guía es un instrumento importante para la integración de las REPAM, al definir estándares técnicos y comunes para el uso y aplicación de la marca REPAM.

Este manual tiene como objetivo aclarar la construcción y parametrizar el uso de la identidad visual de la REPAM, así como poner a disposición de todos los núcleos, comités y grupos de la Red, el material oficial de comunicación visual, garantizando su perfecto uso y unidad en el lenguaje visual en todos sus espacios – físicos y virtuales.

El Manual de Identidad Visual REPAM presenta orientaciones para la correcta aplicación de la marca, incluyendo elementos como la paleta de colores, tipografía, imágenes y layout.

La REPAM espera que este manual sea un recurso a nuestro alcance para ampliar aún más el trabajo en red, uno de los pilares de nuestra misión.





IDENTIDADE DA REPAM

IDENTIDAD DE LA REPAM

A região amazônica é berço da maior biodiversidade ecológica e cultural do planeta. A preocupação da Igreja com essa região é histórica e se volta para o cuidado e a proteção deste bioma.

O Papa Francisco nos lembra que “a presença da igreja na Amazônia não é igual a de alguém com malas prontas para ir embora, depois de ter explorado tudo o que estava ao seu alcance. A Igreja está presente na bacia amazônica desde o início, e ainda está presente, e é crucial para o futuro da região”. Do mesmo modo, o Documento de Aparecida ressalta que a Amazônia é um espaço de vida importante para a existência e o futuro de toda a humanidade (cf. DAp, 475).

Sabemos que, no grande ecossistema amazônico, a vida possui uma tessitura harmoniosa que tudo integra: os seres humanos com sua sabedoria milenar e uma espiritualidade conectada com as fontes da existência, a flora, a fauna, os microrganismos, a terra, a água, o ar e tantos elementos da nossa rica sociobiodiversidade.

Por ser um bioma onde se expressa a vida como um dom de Deus para todos, a REPAM apresenta como lema **“Fonte de vida no coração da Igreja”**. Somos uma rede a serviço da Amazônia e é no encontro das águas na Pan-Amazônia que seguimos o caminho rumo à construção do Reino de Deus para que os povos amazônicos tenham “vida em abundância” (cf. Jo 10,10).

La región amazónica alberga la mayor biodiversidad ecológica y cultural del planeta. La preocupación de la Iglesia por esta región es histórica y se dirige al cuidado y protección de este bioma.

El Papa Francisco nos recuerda que “la presencia de la Iglesia en Amazonía no es la de alguien con las maletas listas para irse tras haber explotado todo lo que había a su alcance. La Iglesia ha estado presente en la cuenca amazónica desde el principio... y todavía está presente y es crucial para el futuro de la zona”. Del mismo modo, el Documento de Aparecida subraya que la Amazonía es un espacio de vida importante para la existencia y el futuro de toda la humanidad (cf. DAp, 475).

Sabemos que, en este gran ecosistema amazónico, la vida tiene una textura armoniosa que lo integra todo: los seres humanos con su sabiduría milenaria y una espiritualidad conectada con las fuentes de la existencia, la flora, la fauna, los microorganismos, la tierra, el agua, el aire y tantos elementos de nuestra rica sociobiodiversidad.

*Por ser un bioma donde la vida se expresa como un don de Dios para todos, el lema de la REPAM es **“Fuente de vida en el corazón de la Iglesia”**. Somos una red al servicio de la Amazonía y es en el encuentro de las aguas en la Panamazonía que seguimos el camino hacia la construcción del Reino de Dios para que los pueblos amazónicos tengan “vida en abundancia” (cf. Jn 10,10).*



CONCEITO DA MARCA

CONCEPTO DE MARCA



As nove pétalas presentes no logo representam os nove países que integram a Pan-Amazônia: Bolívia, Brasil, Colômbia, Equador, Guiana, Guiana Francesa, Peru, Suriname e Venezuela.

A diversidade de cores, provocada pela sobreposição das pétalas, retrata a diversidade dos povos e da Amazônia.

O formato da marca foi escolhido como forma de demonstrar que estamos em movimento como Rede.

A marca carrega a cruz como o sinal da presença do Evangelho e da Igreja a serviço da vida na Amazônia.

Los nueve pétalos del logotipo representan los nueve países que componen la Panamazonía: Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Guyana, Guyana Francesa, Perú, Surinam y Venezuela.

La diversidad de colores, provocada por la superposición de los pétalos, retrata la diversidad de los pueblos y de la Amazonía.

Se eligió el formato de la marca para demostrar que estamos en movimiento como Red.

La marca lleva la cruz como signo de la presencia del Evangelio y de la Iglesia al servicio de la vida en la Amazonía.



Quando se fala em marca, é comum estar se referindo, na maioria das vezes, a uma representação gráfica no âmbito e competência da comunicação visual, onde a marca pode ser representada graficamente de várias formas, no caso da REPAM na sua versão para os idiomas dos países membros em português, espanhol, francês, inglês e holandês. A marca da REPAM é composta por **símbolo, sigla, nome e lema**

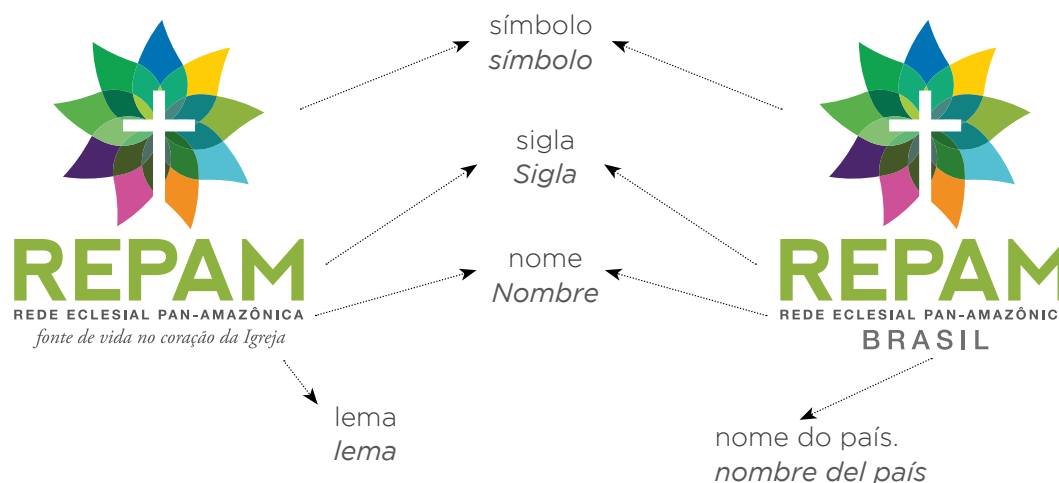
Quando se habla de una marca, es común estar refiriéndose, la mayoría de las veces, a una representación gráfica en el ámbito y competencia de la comunicación visual, donde la marca puede representarse gráficamente de varias formas, en el caso de REPAM en su versión para los idiomas de los países miembros portugués, español, francés, inglés y holandés. La marca REPAM está compuesta por símbolo, iniciales, nombre y lema.

COMPOSIÇÃO DA MARCA

COMPOSICIÓN DE MARCA

Versão idiomas
Versión de idioma

Versão com o nome do país membro
Versión con el nombre del país miembro





ASSINATURAS - VERSÃO IDIOMAS

SIGNATURAS - VERSIÓN EN IDIOMA

Essas são as cinco variações da marca REPAM de acordo com os **cinco idiomas** oficiais da região: português, espanhol, inglês, francês e holandês. .

Estas son las cinco variantes de la marca REPAM según los cinco idiomas oficiales de la región: portugués, español, inglés, francés y holandés.



Português
português



Espanhol
español



Inglês
inglés



Francês
français



Holandês
holandés



ASSINATURAS - VERSÃO COM O NOME DO PAÍS MEMBRO

SIGNATURAS - VERSIÓN CON EL NOMBRE DEL PAÍS MIEMBRO

Essas são as nove variações da marca REPAM de acordo com os **nove países membros**.

Estas son las nueve variantes de la marca REPAM según los nueve países miembros.





Estão previstas duas variações de aplicação da marca REPAM: **versão vertical e horizontal**. Ambas as versões devem ser consistentes e a escolha entre a assinatura vertical e horizontal dependerá do formato e da aplicação da marca. Lembrando que essas variações estão disponíveis para os nove países membros.

Se planean dos variaciones aplicación de la marca REPAM: versión vertical y horizontal. Ambas versiones deben ser consistentes y la elección entre firma vertical y horizontal dependerá del formato y aplicación de la marca. Recordando que estas variaciones están disponibles para los nueve países miembros.

SISTEMAS DE ASSINATURA

SISTEMAS DE SIGNATURA



Vertical



Horizontal



FAMÍLIA TIPOGRÁFICA

FAMILIA TIPOGRÁFICA

As família tipográfica escolhidas para marca da REPAM foram:

SIGNIA PRO BOLD
para o nome REPAM

HELVETICA NEUE - MEDIUM
para nome da REPAM e nome dos países

ADOBE GARAMOND PRO ITALIC.
para o lema da REPAM foi utilizada a fonte

as tipografías escogidas para la marca REPAM fueron:

SIGNIA PRO NEGRITA
para el nombre de REPAM

HELVETICA NEUE - MEDIO
para nombre de REPAM y nombre de los países

ADOBE GARAMOND PRO CURSIVA.
para el lema de REPAM se utilizó la fuente



SIGNIA PRO BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

HELVETICA NEUE - MEDIUM
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ADOBE GARAMOND PRO ITALIC
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890



ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA DA MARCA

ÁREA DE NO INTERFERENCIA DE LA MARCA



A área de não interferência da marca é o espaço em branco que circunda a logo, que deve ser mantido livre de quaisquer elementos gráficos ou textuais que possam interferir na sua legibilidade ou na sua apresentação clara. Esta área é definida pelo sistema de assinatura da logo e serve como uma zona de segurança para a marca, garantindo que ela seja apresentada de forma profissional e coerente em todas as suas aplicações.

Área de não interferência da marca é definida por X, que é a altura da letra M do nome REPAM.



El área de no interferencia de la marca es el espacio en blanco que rodea al logotipo, el cual debe mantenerse libre de cualquier elemento gráfico o textual que pueda interferir con su legibilidad o presentación clara. Esta área es definida por el sistema de firma del logotipo y sirve como zona de seguridad para la marca, asegurando que se presente de manera profesional y coherente en todas sus aplicaciones.

El área de no interferencia de la marca está definida por una X, que es la altura de la letra M en el nombre de REPAM.



CÓDIGO CROMÁTICO - PALETA DE CORES
 CÓDIGO CROMÁTICO - PALETA DE COLORES

O código cromático da marca é um conjunto de cores específicas associadas à marca, definidas em termos de valores **RGB, CMYK, HEXADECIMAL**, entre outros. Estes valores são usados para garantir a consistência da cor da marca em todas as suas aplicações, sejam elas impressas ou digitais. O código cromático é uma parte importante do sistema de assinatura da marca e deve ser seguido rigorosamente para garantir a integridade visual da marca.

El código de color de la marca es un conjunto de colores específicos asociados a la marca, definidos en términos de valores RGB, CMYK, HEXADECIMAL, entre otros. Estos valores se utilizan para garantizar la consistencia del color de la marca en todas sus aplicaciones, ya sean impresas o digitales. El código cromático es una parte importante del sistema de signatura de la marca y debe seguirse estrictamente para garantizar la integridad visual de la marca.

LOCAL	HEXADECIMAL	RGB	CMYK
símbolo / símbolo	0073b4	0 115 180	87 47 05 00
símbolo / símbolo	ffcd07	255 295 7	00 20 93 00
REPAM	8eb23f	142 178 63	53 11 90 00
nome, lema e país <i>nombre, lema y país</i>	575756	87 87 86	00 00 00 80
símbolo / símbolo	54bfd0	84 191 208	63 00 20 00
símbolo / símbolo	f28f22	242 143 34	00 52 91 00
símbolo / símbolo	ce5197	206 81 151	18 80 01 00
símbolo / símbolo	4c266d	76 38 109	86 100 20 9
símbolo / símbolo	5ab14c	90 177 76	68 01 87 00
símbolo / símbolo	10a450	16 164 80	80 02 87 00
símbolo / símbolo	14ab77	20 171 119	77 00 67 00
símbolo / símbolo	478782	71 135 130	73 28 47 11
símbolo / símbolo	128181	18 129 129	82 27 47 12
símbolo / símbolo	236c2f	35 108 47	86 32 100 23
símbolo / símbolo	2c7e35	44 126 53	82 26 99 12
símbolo / símbolo	4c6e64	76 110 100	70 38 55 27
símbolo / símbolo	435727	67 87 39	72 43 95 41
símbolo / símbolo	62b774	98 183 116	64 00 68 00
símbolo / símbolo	85c072	133 192 114	54 01 68 00
símbolo / símbolo	056f4c	5 111 76	88 31 78 21
símbolo / símbolo	a4c83f	164 200 63	44 00 88 00
símbolo / símbolo	14ab77	20 171 119	77 00 67 00



VARIAÇÕES CROMÁTICAS - COLORIDO, CINZA E MONOCROMÁTICO

VARIACIONES CROMÁTICAS - COLOREADO, GRIS Y MONOCROMÁTICO



As variações cromáticas da marca são diferentes versões da cor principal da marca que podem ser usadas em diferentes aplicações ou contextos. Por exemplo, uma marca pode ter uma versão da cor principal para uso em impressões, outra versão para uso na web e uma terceira versão para uso em itens promocionais. As variações cromáticas devem ser consistentes com o código cromático da marca e devem ser usadas de acordo com as diretrizes estabelecidas no sistema de assinatura da marca.

Las variaciones de color de la marca son versiones diferentes del color de la marca principal que se pueden usar en diferentes aplicaciones o contextos. Por ejemplo, una marca puede tener una versión del color principal para usar en forma impresa, otra versión para usar en la web y una tercera versión para usar en productos promocionales. Las variaciones cromáticas deben ser consistentes con el código de color de la marca y deben usarse de acuerdo con las directrices establecidas en el sistema de signatura de la marca.



PADRÃO CROMÁTICO - APLICAÇÃO EM FUNDO COLORIDO

ESTÁNDAR DE COLOR - APLICACIÓN SOBRE FONDO DE COLOR



Refere-se à forma como a marca é apresentada em diferentes fundos de cor. O objetivo é garantir que a marca seja legível e apresentada de forma consistente em todas as suas aplicações, independentemente do fundo em que está sendo apresentada.

Se refiere a cómo se presenta la marca sobre diferentes fondos de color. El objetivo es garantizar que la marca sea legible y se presente de forma coherente en todas sus aplicaciones, independientemente del fondo en el que se presente. .

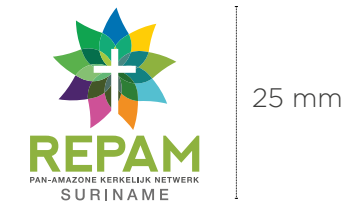


DIMENSÕES MÍNIMAS

DIMENSIONES MÍNIMAS

Para garantir que a marca possa ser apresentada de forma eficaz em diferentes aplicações impressas recomenda-se que para a assinatura vertical o **mínimo de 25mm de altura, e na horizontal o mínimo de 40mm de largura**. Nos meios digitais há diversas variáveis por esse motivo recomenda-se o princípio de que a marca deverá estar sempre legível.

Para garantizar que la marca se pueda presentar de manera efectiva en diferentes aplicaciones impresas, se recomienda que la signatura vertical tenga al menos 25 mm de alto y horizontalmente al menos 40 mm de ancho. En los medios digitales existen varias variables por lo que se recomienda el principio de que la marca debe ser siempre legible. .





USOS INCORRETOS
USOS INCORRECTOS



não alterar a cor
no cambies el color



não distorcer
no distorsionar



não gire a marca
no gire la marca



não mudar a posição dos elementos
no cambiar la posición de los elementos



não mudar a proporção
no cambies la relación de aspecto



não alterar a tipografia
no cambies la tipografía



AVATAR

AVATAR

O avatar da REPAM nas redes sociais é uma imagem representativa que é usada como imagem do seu perfil ou ícone. Ele é uma versão simplificada da marca, com apenas o símbolo colorido. Recomendamos duas opções de avatar conforme o exemplo ao lado.



El avatar de la REPAM en las redes sociales es una imagen representativa que se utiliza como imagen de perfil o ícono. Es una versión simplificada de la marca, con solo el símbolo de color. Recomendamos dos opciones de avatar según el ejemplo al lado.





A marca da REPAM é uma representação importante de seus valores e objetivos. Para garantir a consistência visual em todas as aplicações, fornecemos todos os arquivos necessários. Para fazer o download destes arquivos, basta **escanear o QR code fornecido neste manual**, caso você esteja utilizando a **versão digital do manual basta clicar no botão “Acessar arquivos”**. É importante que você siga as diretrizes de uso da marca descritas neste manual para garantir a consistência visual em todas as aplicações

La marca REPAM es una representación importante de sus valores y objetivos. Para garantizar la coherencia visual en todas las aplicaciones, proporcionamos todos los archivos necesarios. Para descargar estos archivos, simplemente escanee el código QR presente en este manual, si está utilizando la versión digital del manual, simplemente haga clic en el botón “Acceder a los archivos”. Es importante que siga las directrices de uso de la marca descritas en este manual para garantizar la coherencia visual en todas las aplicaciones.

ACESSE OS ARQUIVOS DA MARCA
ACCEDE A LOS ARCHIVOS DE LA MARCA



Acessar arquivos
Acceder a los archivos

A photograph of a group of people standing in a circle in a church. In the center, a man wears a white t-shirt with a green star logo and the text 'REPAM' below it. The church interior features a crucifix on the wall, a Christmas tree, and musical notes. The floor has a checkered pattern.

APLICAÇÃO DA MARCA
APLICACIÓN DE MARCA

BROCHE
BOTONES

CANECA
POCILLO

COPO ECOLÓGICO
VASO ECOLÓGICO



AGENDA
AGENDA



ENVELOPE
SOBRES



BONÉ
GORRA



CAMISA - VERSÃO 1

CAMISA - VERSIÓN 1



CAMISA - VERSÃO 2

CAMISA - VERSIÓN 2



UNIFORME
UNIFORME



SACOLA ECOLÓGICA
BOLSA ECOLÓGICA



EXPEDIENTE

Rede Eclesial Pan-Amazônica REPAM

Presidente

Dom Rafael Cob Garcia

Vice-presidente

Dom David Martinez de Aguirre Guinea

Vice-presidenta

Ir. Maria Carmelita de Lima Conceição

Vice-presidenta

Yesica Patiachi Tayori

Realização

Rede Eclesial Pan-Amazônica REPAM-Brasil

Elaboração

Ana Caroline Lira

Ir. João Gutemberg Sampaio

Ir. Maria Irene Lopes dos Santos

Pe. Júlio Caldeira

Rodrigo Fadul Andrade

Vanessa Xisto

Revisão

Elisangela Dias Barbosa

Organização e Desenvolvimento

Agência Carcará