



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN

**Igreja com Identidade: Projeto de Identidade Visual para a igreja Comunidade
Evangélica Água da Rocha**

Lucas Víctor Marques Cabral

Professor Orientador: Professor Marcelo Lacerda de Almeida

Janeiro de 2023

Lucas Víctor Marques Cabral

**Igreja com Identidade: Projeto de Identidade Visual para a igreja Comunidade
Evangélica Água da Rocha**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito para
obtenção de título de Bacharel em
Design pelo Instituto de Artes e
Design da Universidade Federal de
Juiz de Fora.

Prof. Orientador: Marcelo Lacerda de
Almeida

Janeiro de 2023

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Marques Cabral, Lucas Víctor.

Igreja com Identidade : Projeto de Identidade Visual para a igreja Comunidade Evangélica Água da Rocha / Lucas Víctor Marques Cabral. -- 2023.

56 p. : il.

Orientador: Marcelo Lacerda de Almeida

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2023.

1. Design. 2. Identidade Visual. 3. Igreja. 4. Logotipo. 5. Marca. I. Lacerda de Almeida, Marcelo, orient. II. Título.

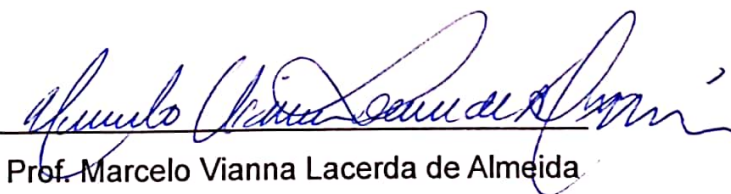
Lucas Víctor Marques Cabral

**Igreja com Identidade: Projeto de Identidade Visual para a igreja
Comunidade Evangélica Água da Rocha**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como
requisito para obtenção de título de Bacharel em
Design pelo Instituto de Artes e Design da
Universidade Federal de Juiz de Fora.

Juiz de Fora/MG, 18 de janeiro de 2023

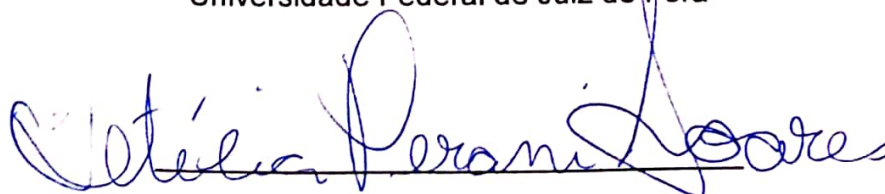
BANCA EXAMINADORA



Prof. Marcelo Vianna Lacerda de Almeida
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Myrtes Raposo
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Leticia Perani Soares
Universidade Federal de Juiz de Fora

RESUMO

Este projeto apresenta o desenvolvimento da Identidade Visual da igreja Comunidade Evangélica Água da Rocha, sediada em Juiz de Fora.

Seu objetivo se dá pelo uso da imagem de síntese em conjunto com a metodologia de Alina Wheeler, a partir de valores intangíveis determinados para o desenvolvimento do projeto com a aplicação em elementos comuns do cotidiano cristão de uma igreja, conferindo a Identidade Visual de uma igreja jovem, alegre, simples e moderna. Dessa forma, a aplicação da imagem de síntese surge como uma diferenciação no desenvolvimento, tendo em vista a maneira ampla que ela dialoga com o público-alvo possuindo variados eixos de interpretação, diferentemente da semiótica que trabalha eixos mais específicos.

Palavras-chave: Design, Identidade Visual, Igreja, Logotipo, Marca.

ABSTRACT

This project presents the development of the Visual Identity of the church Comunidade Evangélica Água da Rocha, based in Juiz de Fora.

Its objective is given by the use of the synthesis image in conjunction with the methodology of Alina Wheeler, from intangible values determined for the development of the project with the application in common elements of the Christian daily life of a church, giving the Visual Identity of a church young, cheerful, simple and modern. In this way, the application of the synthesis image emerges as a differentiation in development, in view of the broad way that it dialogues with the target audience, having varied axes of interpretation, unlike semiotics, which works with more specific axes.

Key-words: Design, Visual Identity, Church, Logo, Brand.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - <i>Burleson Bible Church</i> . Fonte: Google (sem data)	14
Figura 2 - <i>The Peace Church</i> . Fonte: Google (sem data)	15
Figura 3 - Igreja Evangélica Vida Nova. Fonte: Google (sem data)	16
Figura 4 - Igreja Templo da Salvação. Fonte: Behance (2019)	17
Figura 5 - Painel de Imagens. Fonte: autoria própria (2022)	19
Figura 6 - Painel de Imagens. Fonte: autoria própria (2022)	20
Figura 7 - Esboços. Fonte: autoria própria (2022)	21
Figura 8 - Primeira versão. Fonte: autoria própria (2022)	22
Figura 9 - Versão definitiva. Fonte: autoria própria (2022)	23
Figura 10 - Versão original e modificada da tipologia. Fonte: autoria própria (2022)	24
Figura 11 - Versões assinatura visual. Fonte: autoria própria (2022)	25
Figura 12 - Tipologia Institucional. Fonte: autoria própria (2022)	25
Figura 13 - Aplicação em cores. Fonte: autoria própria (2022)	26
Figura 14 - Antes e depois. Fonte: autoria própria (2022)	27
Figura 15 - Adesivos. Fonte: autoria própria (2022)	27
Figura 16 - Crachá. Fonte: autoria própria (2022)	27
Figura 17 - Bandeira. Fonte: autoria própria (2022)	28
Figura 18 - Canecas. Fonte: autoria própria (2022)	28
Figura 19 - Chaveiro. Fonte: autoria própria (2022)	29
Figura 20 - Cartão de visitas. Fonte: autoria própria (2022)	29
Figura 21 - Camisas. Fonte: autoria própria (2022)	30
Figura 22 - Papelaria. Fonte: autoria própria (2022)	30

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS	8
2.1. Objetivos Gerais	9
2.2. Objetivos Específicos	9
3. METODOLOGIA	10
4. DESENVOLVIMENTO	11
4.1 Pesquisa	11
4.2 Estratégia	12
4.3 Projeto de Identidade Visual da igreja Comunidade Evangélica Água da Rocha	12
4.3.1 Entendimento do posicionamento da igreja	13
4.3.2 Análise de referências visuais	13
4.3.3 Definição de conceito	16
4.3.4 Imagem de Síntese	17
4.3.5 Concepção	19
4.3.6 Definição e refinamento	20
4.3.7 Assinatura, Tipologias Institucionais e Cores	22
4.3.8 Aplicação da Identidade Visual	25
4.3.9 Manual de Identidade Visual	30
5. REFERÊNCIAS	30
Anexo 1 - Manual de Identidade Visual	32

1. INTRODUÇÃO

Historicamente o Design teve importância fundamental em várias etapas da formação da sociedade como um todo, construindo pontes entre o Homem e a solução - essa sendo um projeto de saber ou até mesmo um produto. Sua funcionalidade não só acompanhou como influenciou em momentos históricos da humanidade, sendo uma delas a invenção da prensa móvel, a Tipografia de Gutenberg no século XV. Tal invenção, sendo considerada uma das mais importantes do milênio, deu início às bases da imprensa e à democratização da leitura como um todo, tendo como primeiro e principal instrumento a “Bíblia de 42 linhas”.

A Igreja Católica detinha o poder de propagação do conteúdo bíblico, permitindo que as pessoas consumissem apenas a interpretação que era preestabelecida pelo poder eclesiástico. Porém, com a invenção da prensa móvel e a democratização da leitura, um homem chamado Martinho Lutero começou um importante movimento que mudaria o rumo da propagação do Cristianismo no Ocidente: A Reforma Protestante e suas 95 teses. Dessa forma, as pessoas passaram a ter maior acesso ao conteúdo bíblico e propagando o Cristianismo a partir de nossas interpretações.

Na contemporaneidade, a influência e a importância do Design cresceram ainda mais, definindo e moldando a maneira como nos relacionamos com o mundo ao nosso redor e sendo um importante aliado da cultura como um todo a partir do crescimento em massa da tecnologia, pois não apenas consumimos, mas nos relacionamos com vários aspectos que cercam o nosso cotidiano. Do produto no mercado, um filme no cinema, um aplicativo a ser baixado ou a roupa em uma loja, somos atraídos pela percepção de valores intangíveis que são presentes na base de uma grande construção que mira não mais a venda, mas a experiência e o relacionamento com o público almejado, sendo conhecida como marca.

Segundo Alina Wheeler:

A marca é a promessa, a grande ideia e as expectativas que residem na mente de cada consumidor a respeito de um produto, de um serviço ou de uma empresa. As pessoas se apaixonam pelas

marcas, confiam nelas, são fiéis a elas, compram e acreditam na sua superioridade. A marca é como a escrita manual. Ela representa alguma coisa. (WHEELER, 2012, pág.13)

Tais atribuições fazem com que a construção de marca seja fundamental também para outros setores, como as igrejas, em específico as cristãs-evangélicas. Diferentemente do que se pensa no senso comum, as igrejas já não são meras instituições religiosas com templos voltadas à liturgia de seu segmento. Atualmente, as grandes igrejas trabalham como grandes empresas, empreendendo no ramo da leitura, da música, da moda e do cinema lançando bandas e turnês, livros em geral, peças de roupa e investindo em filmes e peças teatrais, adentrando em culturas e possuindo retorno financeiro para que mais projetos sejam financiados, tudo isso a partir de uma boa construção de marca, pois os fiéis se tornaram público que almeja relacionamento e experiência de modo geral com sua congregação.

Em contrapartida, não são todas as igrejas que possuem entendimento da importância de uma construção de marca e condições para executá-la. Muitas congregações almejam crescimento e relevância no cenário e contexto geográfico onde estão inseridas, mas não conseguem atingir pela ausência de diferenciação e originalidade que a identidade visual traz.

A partir deste contexto, o presente projeto pretende criar uma nova identidade visual para a igreja Comunidade Evangélica Água da Rocha, com o desenvolvimento da marca pelo emprego - com adaptações - da metodologia de Alina Wheeler, que consiste em 3 etapas: condução da pesquisa (tornar claro visão, estratégias, metas e valores); definição da estratégia (sintetizar o que foi aprendido); design de identidade visual (*brainstorm* da ideia), construída a partir de uma imagem de síntese, tendo como norte a descrição da autora que transmite bem o intuito que o projeto carrega.

Os melhores sistemas de identidade marca são memoráveis, autênticos, significativos, diferenciados, sustentáveis, flexíveis e agregam valor. Seu reconhecimento é imediato, sejam quais forem as culturas e os costumes. (WHEELER, 2012, pág.14)

Dessa forma, tem-se como alvo a construção do elemento gráfico da marca - a Identidade Visual que transmita simplicidade, criatividade e acolhimento, valores capazes de estabelecer uma igreja fora dos padrões estereotipados de

congregações, sobretudo as dotadas de forte apelo litúrgico, gerando relevância dentro do contexto geográfico em que está inserida e com o público-alvo almejado.

2. JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS

“Uma Identidade Visual fácil de lembrar e imediatamente reconhecível viabiliza a conscientização e o reconhecimento da marca. A Identidade Visual engatilha a percepção e desencadeia associações a respeito da marca”. (WHEELER, 2012, p.16). Assim afirma Alina Wheeler, definindo o impacto que o design de marca, a partir da Identidade Visual, pode atingir.

De modo geral, o desenvolvimento de Identidade carrega uma conotação empresarial e mercadológica muito forte, o que influencia na objeção que igrejas de médio e pequeno porte possuem na hora de investir em sua identidade; ao contrário das grandes igrejas cuja relevância e influência estão diretamente relacionadas ao posicionamento que a própria marca carrega em sua essência.

No âmbito cristão-evangélico no Brasil, a crescente abertura de igrejas não se traduz em uma “concorrência” ou “competitividade”, justamente pela ausência de preocupação com a construção da identidade. Pouco se pensa, por exemplo, sobre o contexto geográfico em que a igreja está inserida. Se a congregação é instalada em um bairro periférico, sua comunicação e estratégia não podem almejar a construção de uma Identidade muito séria, abstrata, elegante ou refinada. É necessário entender o contexto em que o elemento gráfico será construído para conseguir identificar a melhor maneira de se relacionar com o público em geral. Em Juiz de Fora, o cenário é o mesmo, e o fator determinante para o destaque de uma igreja passa pela diferenciação que o design de marca pode trazer. Uma Identidade Visual bem trabalhada, com valores definidos e devidamente representados, coerente em seu conceito e funcional em sua forma de se relacionar e comunicar com o público é o que trará o resultado esperado para uma igreja que busca se posicionar com impacto e atrair a relevância almejada.

Assim, o projeto busca desenvolver uma Identidade Visual que contemple as ambições da igreja, usando a metodologia de Alina Wheeler de

maneira adaptada a um projeto de design gráfico, a partir da criação de uma imagem de síntese, mostrando que o Design segue impactando áreas para além das paredes empresariais do atacado ou varejo, mas moldando a percepção de tudo ao nosso redor e construindo pontes entre o fiel e a fé, assim como foi com a prensa de Gutenberg e a Reforma Protestante no século XV.

2.1. Objetivos Gerais

Desenvolver uma Identidade Visual para a igreja Comunidade Evangélica Água da Rocha, caracterizada como uma igreja jovem, criativa, simples e acolhedora, transmitindo valores de marca, como leveza, pluralidade, fugindo do estereótipo de liturgia conservadora e tradicional.

Com a Identidade desenvolvida, suas ramificações serão aplicadas dentro do contexto de consumo e comunicação do público-alvo e fiéis, como camisas, canecas, crachás, adesivos, papel timbrado, envelope e cartão de visitas, além de um Manual de Marca para que o público em geral tenha elementos para relacionar com a marca como um todo.

2.2. Objetivos Específicos

- Definir conceito; Entender os valores intangíveis da marca da igreja;
- Mapear e coletar referências visuais que representem a marca
- Definir e produzir a imagem de síntese - base da Identidade Visual;
- Desenvolver a Identidade Visual, com seus elementos constituintes - símbolo gráfico, assinatura, cores e tipologias institucionais;
- Aplicar a Identidade Visual;
- Desenvolver o Manual de Identidade Visual.

3. METODOLOGIA

O Design é uma das áreas que mais exigem comprometimento, organização e, conseqüentemente, fluidez. Para que haja um bom resultado, é necessário que o projeto percorra um caminho de ordem que levará clareza ao problema, gerando resultado. A importância de uma metodologia se dá justamente pela necessidade de sintetizar um grande número de informações para a resolução necessária, algo presente em projetos de Identidade Visual.

Wheeler assim aponta:

É um processo rigoroso que demanda uma combinação de investigação, pensamento estratégico, excelência em design e habilidade no gerenciamento de projetos. Ele requer extraordinária quantidade de paciência, obsessão de fazer as coisas corretamente e capacidade de sintetizar grandes quantidades de informação. (WHEELER, 2012, pág.80)

O presente projeto usará a metodologia de Alina Wheeler (2012), porém adaptada. Ela possui 5 etapas, mas dada a complexidade relativamente baixa do projeto e o fato do nicho não possuir estruturas empresariais - como gerências e grandes departamentos - serão usadas 3 etapas para o desenvolvimento do projeto. Posteriormente, com todas as etapas definidas e informações coletadas, a Identidade Visual será desenvolvida enquanto uma imagem de síntese - sendo essa a etapa que determina a concepção, alinhando todo o desenvolvimento do projeto.

A primeira etapa é a condução da pesquisa, pautada pela profunda investigação e análise de todo o contexto dos valores da marca e onde a igreja quer chegar em sua apresentação. É, de fato, o primeiro momento onde as conversas com o cliente se aprofundam, sua visão, valores e estratégias são definidos e seus concorrentes analisados. Dessa maneira, um percurso é traçado para que o projeto comece a tomar seus devidos passos.

A segunda etapa é a definição da estratégia, onde todas as informações primárias são sintetizadas e distribuídas para que se defina o escopo. Nessa etapa é colhido um *briefing* mais detalhado, esclarecendo, assim, atributos importantes que a marca tem e estabelecendo a estratégia que será adotada.

A terceira etapa consiste no desenvolvimento prático do design da Identidade Visual. Nela é feita uma profunda concepção onde a ideia é gerada. Todas as informações, pesquisas e definições colidem neste momento, onde a Identidade começa a tomar forma com os primeiros esboços e caminhando para a elaboração de uma imagem de síntese que, em seguida, irá se constituir como a Identidade Visual completa, com seus elementos componentes. A partir daí, toda a Identidade Visual deve ser aplicada para que a comunicação com o público seja consolidada.

4. DESENVOLVIMENTO

4.1 Pesquisa

A motivação do projeto se deu por uma necessidade pessoal e é vista também como uma oportunidade de trazer uma nova solução para a fase atual em que a igreja Água da Rocha se encontra. Os responsáveis pela congregação demonstraram interesse no projeto e nas ideias que serão trabalhadas, como os valores já pré-estabelecidos. Portanto, não se faz necessário a elaboração de um *briefing* tendo em vista o apoio para o prosseguimento do projeto nos moldes já determinados.

Dito isso, a pesquisa parte de questões que precisam ser levantadas cujas respostas são pilares para o desenvolvimento do projeto:

- I - Quais são os valores e princípios atuais da igreja?;
- II - Quais são os valores que ela pretende comunicar?;
- III - Qual o público atual da igreja?;
- IV - Qual o público que ela pretende alcançar?
- V - Como a igreja se comunica atualmente?;
- VI - Como ela pretende se comunicar?;
- VII - Em qual contexto geográfico ela se encontra?
- VIII - Que estilo de Identidade Visual ela tem como referência?

Tais questões possuem respostas que formarão a base central do projeto, permitindo que o desenvolvimento seja embasado e que o resultado seja assertivo.

4.2 Estratégia

Para a condução da estratégia, é necessário que as informações coletadas na pesquisa sejam organizadas para que a sintetização ocorra. Atualmente, seus valores são “família, unidade e simplicidade”, segundo os responsáveis; os valores almejados e definidos para o projeto são uma igreja jovem, acolhedora, criativa, fora de padrões litúrgicos.

Seu público atual, em sua maioria, são famílias na faixa dos 30-50 anos, com filhos entre 5-14 anos e pouca presença de jovens entre 18-25; busca alcançar um público mais jovem com a faixa de 20-35 anos. Comunica de uma maneira neutra, sem um perfil ou padrão definido, o que caracteriza uma ausência de personalidade da marca; pretende se comunicar de forma leve, original e criativa, tanto nas mídias sociais quanto de forma física ou de forma física pelo bairro. Atualmente a igreja se encontra localizada no bairro Bandeirantes, em Juiz de Fora. Por ser um bairro comercial e conhecido na cidade, com boa localização, a presença da marca nas plataformas digitais se faz tão necessária quanto uma comunicação mais presente com realização de eventos sociais e de culto, sejam eles dentro do espaço da igreja ou em ações em locais públicos do bairro como praças e afins.

Suas igrejas referências para o desenvolvimento do projeto possuem uma Identidade Visual que se aproxima do resultado esperado, tendo como pontos fortes o acolhimento, o caráter mais jovem e o distanciamento de fortes padrões litúrgicos.

4.3 Projeto de Identidade Visual da igreja Comunidade Evangélica Água da Rocha

O projeto da Identidade Visual se compõe dos seguintes elementos: entendimento do posicionamento da igreja; busca e análise de referências visuais de igrejas que possuem valores semelhantes e trabalham com imagem de síntese;

layouts da imagem de síntese; solução eleita; definição e detalhamento da solução eleita; manual de Identidade Visual.

4.3.1 Entendimento do posicionamento da igreja

Uma igreja com caráter mais acolhedor, jovial, simples, distante de padrões litúrgicos. Entender e seguir essa linha fará com que o desenvolvimento seja direcionado e, conseqüentemente, assertivo.

4.3.2 Análise de referências visuais

Iniciando o projeto, é necessário entender com mais clareza sobre como as igrejas que seriam seguem essa linha trabalham suas identidades visuais, para isso, é importante uma análise:



Figura 1 - *Burleson Bible Church*. Fonte: Google (sem data)

O símbolo da *Burleson Bible Church* trabalha através da simplicidade e da objetividade. Tendo como ponto principal uma cruz sob uma forma fluida que remete a um caminho, a ideia de uma igreja simples e madura está muito presente. Suas cores verde e azul em tons menos saturados e sem vibratibilidade conversam com a assinatura visual como um todo, tendo em vista sua tipologia mais sóbria

caracterizada pelo equilíbrio entre os cantos mais retilíneos e algumas leves curvaturas nas junções.

Como ponto fraco, destaco a ausência de uma maior estilização na tipologia, o que iria conferir uma personalidade mais presente para a assinatura;



Figura 2 - *The Peace Church*. Fonte: Google (sem data)

O símbolo da *The Peach Church* trabalha um ícone mais bem elaborado. Tendo apenas um elemento contínuo, sua forma como um todo apresenta uma pomba - em uma representação direta ao nome da igreja - enquanto o topo forma um leve coração. Dessa forma, a ideia da paz e da leveza se fazem presentes em seu elemento gráfico.

Já como ponto negativo, a tipologia serifada contrasta muito com o símbolo que, por sua vez, é bem arredondado, o que deixa a assinatura visual com uma sensação de desconforto;



Figura 3 - Igreja Evangélica Vida Nova. Fonte: Google (sem data)

A Igreja Vida Nova possui um símbolo mais minimalista e direto. Com traços médios, o desenho agrupa uma planta, uma cruz e um coração dentro de um círculo com pequenos traços ao seu redor, dando a ideia de algo natural e puro a partir de elementos que remetem diretamente à natureza e criação - isso se torna mais evidente também pela presença da cor amarela. Sua tipografia estilizada confere um caráter moderno e criativo da igreja, o que também conversa com o conceito de criação;



Figura 4 - Igreja Templo da Salvação. Fonte: Behance (2019)

A igreja Templo da Salvação possui uma identidade que, diretamente, transmite esperança e renovo. Seu símbolo traz uma forma humana de braços abertos ao mesmo tempo em que se desenvolve como uma pomba segurando uma folha, ambos envoltos sob um círculo, construindo um elemento gráfico que carrega a leveza e a esperança que o nome da igreja sugere. De forma harmoniosa, o tom de azul em gradiente traz vida ao logotipo, conversando diretamente com o conceito oferecido. Já a tipologia carrega um aspecto mais sóbrio e maduro pela ausência de serifa.

4.3.3 Definição de conceito

A partir da análise das referências visuais colocadas, é notável a presença de elementos em comum nas identidades visuais dessas igrejas, a começar pelo minimalismo dos elementos visuais que concebem o logotipo. Essa característica é muito presente em igrejas mais modernas, que procuram passar menos valores religiosos por si só para que haja um foco maior no conceito que a marca pretende passar. A título de comparação, igrejas como a Igreja Mundial do Poder de Deus, Igreja Universal e Assembleia de Deus - congregações muito

tradicionais no país - utilizam bastantes elementos religiosos de forma “crua” e pouco elaborada – ou mais facilmente conhecidos na intenção de passar uma interpretação mais literal, ao passo em que suas assinaturas são colocadas de maneira usual, sem a presença de uma estilização que poderia conferir uma maior diferenciação da marca, sem buscar uma originalidade que possa caracterizar a igreja como algo além de uma simples instituição.

Essas representações das igrejas modernas vão justamente na contramão do que é chamado de tradicional e conservador, na intenção de se destacarem no meio cristão como instituições mais amplas do que as outras igrejas sempre caminharam, buscando um maior acesso de público diversos. Em outras palavras, tais igrejas deixam de se expressar apenas como um templo e passam a transmitir valores mais definidos como, por exemplo, leveza, esperança e alegria.

Tendo esse contexto observado, temos elementos e tendências que as igrejas citadas trabalham para o desenvolvimento do projeto, aqueles que conversam com os valores intangíveis que a Identidade Visual da igreja Água da Rocha possui em sua atividade e que trabalham com a sua concepção a partir da imagem de síntese.

4.3.4 Imagem de Síntese

Toda imagem está sujeita a atribuições, perspectivas e percepções diferentes de acordo com a bagagem cultural do observador. Diferentemente de um signo gráfico comum que tende a representar um eixo de significação e interpretação, a imagem de síntese trabalha com variados eixos de significação, e, ainda que estando aberta a atribuições pessoais a partir de suas bagagens culturais, possibilita uma visualização dos diferentes significados em uma só imagem gráfica. A partir dos estudos da semiótica, fica evidente que a “clareza” da imagem não está em sua configuração, mas percebida através da subjetividade do observador. Tal conceito dialoga com o que Adrian Frutiger afirma sobre a relação de símbolo com a imagem em seu livro *Sinais e Símbolos* (2007):

Esse elemento simbólico na imagem é um valor implícito, um intermediário entre a realidade reconhecível e o reino místico e invisível da religião, da filosofia e da magia, estendendo-se,

portanto, desde o que é conscientemente compreensível até o campo do inconsciente. (FRUTIGER, 2007, pág.203)

Dessa maneira, um símbolo desenvolvido a partir da imagem de síntese caracteriza uma maior diferenciação no meio cristão, cujas igrejas em sua maioria trabalham com signos visuais mais simples.

Portanto, foram selecionadas imagens que carregam ou se assemelham aos valores intangíveis da marca para o desenvolvimento.

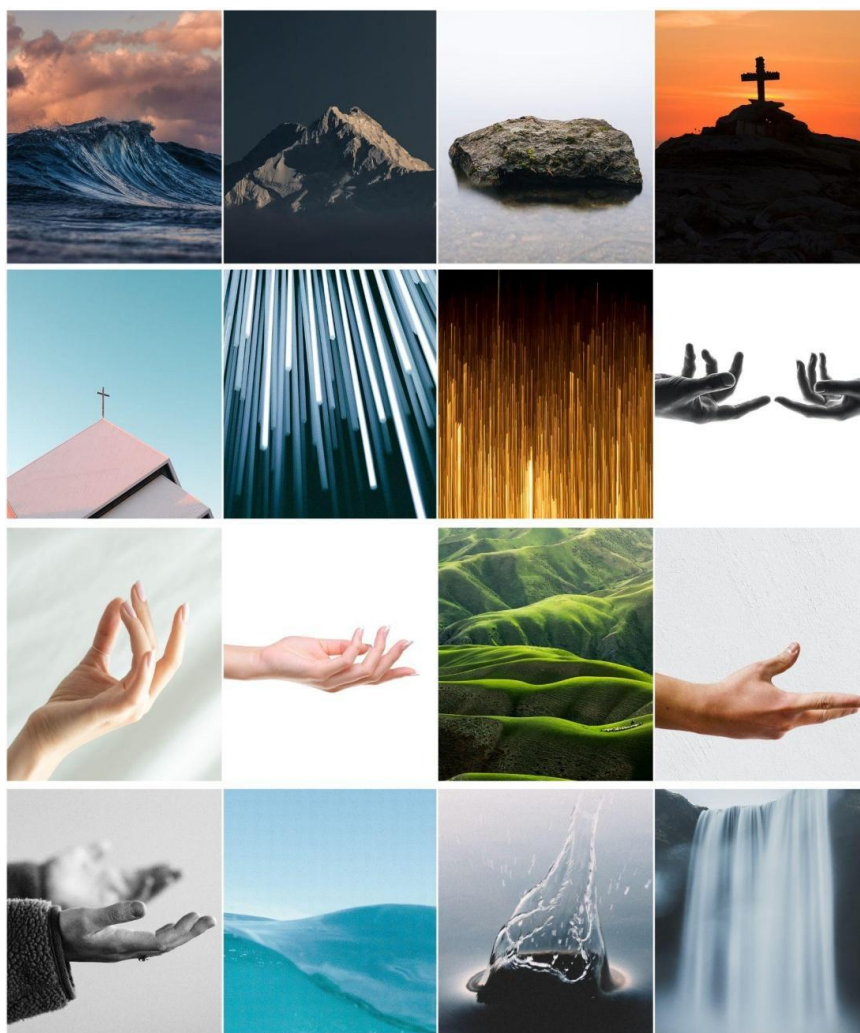


Figura 5 - Painel de Imagens. Fonte: autoria própria (2022)

O conjunto de imagens selecionadas formam uma espécie de “*moodboard*”, pois vão nortear o desenvolvimento dos elementos que estarão presentes no símbolo gráfico.

Tendo em vista o posicionamento e os valores intangíveis da marca, as imagens precisam trazer a leveza e a fluidez que os elementos componentes deverão carregar, uma vez que a Identidade Visual da igreja preza pelo acolhimento, a simplicidade, jovialidade, criatividade e o engajamento social. Tais atributos conversam com as imagens selecionadas.

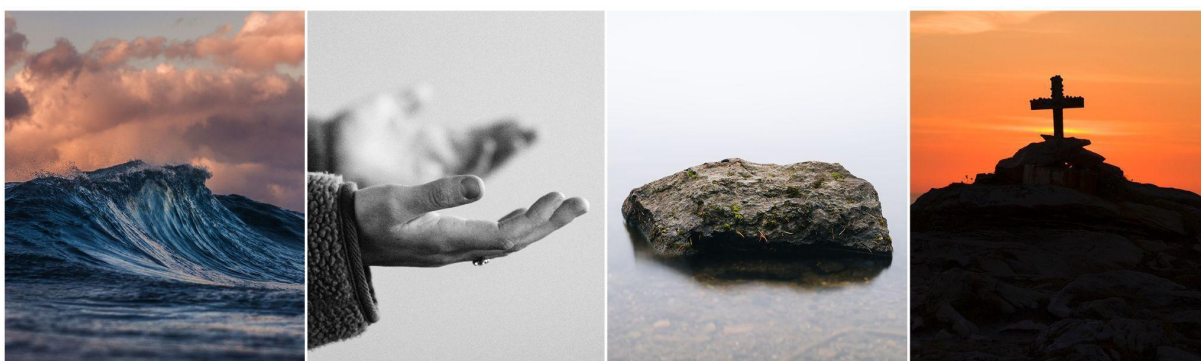


Figura 6 - Painel de Imagens. Fonte: autoria própria (2022)

Para afunilar as opções e definir o direcionamento, foram selecionadas 4 imagens que irão compor o símbolo gráfico: A água, que traz a leveza e vem como um elemento da natureza, que por sua vez revela o caráter criativo de Deus, além de representar o nome da igreja; as mãos trazendo o acolhimento e o cuidado humano; a rocha, que simboliza a igreja e também representa o nome da igreja; a cruz com o pôr do sol, também refletindo a criação.

4.3.5 Concepção

A concepção partiu de esboços iniciais com base nas imagens selecionadas, ciente de que o símbolo, pelos valores definidos, deveria carregar se configurar como uma Imagem de Síntese, conforme exposto anteriormente, ainda que com uma configuração minimalista, capaz de ser percebida de maneira completa - uma espécie de amálgama formada por elementos visuais presentes nas imagens.



Figura 7 - Esboços. Fonte: autoria própria (2022)

Todos os esboços seguiram a mesma linha de raciocínio: os elementos presentes nas imagens. O desafio da imagem de síntese é justamente agrupar os elementos em uma forma abstrata, com mais de um eixo de significado.

4.3.6 Definição e refinamento

Com os esboços encaminhados, o próximo passo foi a definição e vetorização. O símbolo final contemplou os elementos água, mão, cruz/pôr do sol e rocha de uma maneira abstrata. Sua base é a água em forma de mão em negativo (simbolizando o cuidado e o acolhimento) enquanto sustenta a rocha (simbolizando a igreja). A cruz na parte de cima é formada por linhas retas que se desenvolvem como um pôr do sol, também em negativo (representando a criação divina).

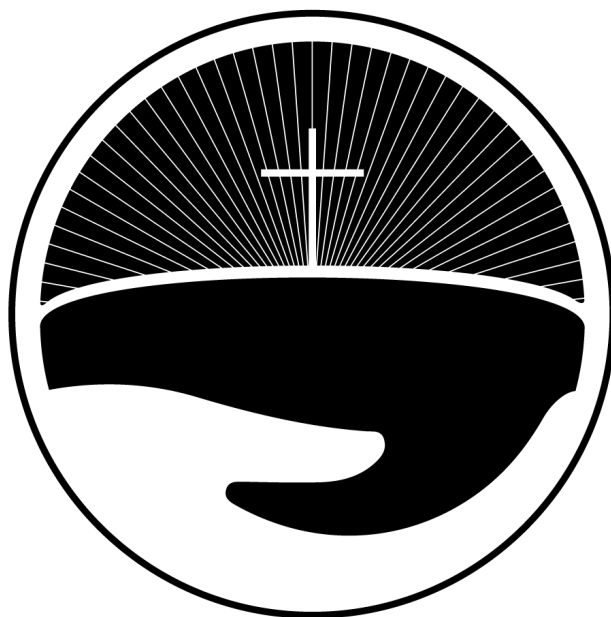


Figura 8 - Primeira versão. Fonte: autoria própria (2022)

A primeira versão foi alterada para que a espessura da cruz e dos raios fosse aumentada, dando mais destaque e, conseqüentemente, maior efeito de brilho. Já a rocha teve sua parte de cima modificada para uma linha mais irregular, dando um caráter mais natural para o elemento. A água que forma a mão teve sua ponta inicial arredondada para conferir mais harmonia. A espessura do círculo que envolve o símbolo também foi aumentada para trazer mais peso.

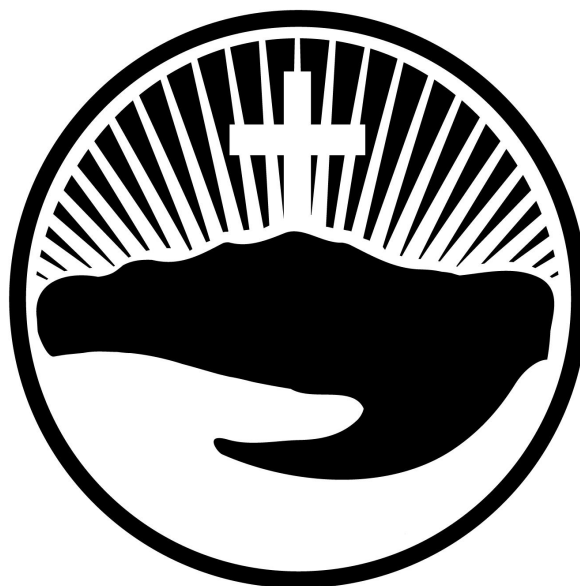


Figura 9 - Versão definitiva. Fonte: autoria própria (2022)

Dessa forma, o símbolo em definitivo agrupa os elementos contidos nas imagens selecionadas de maneira abstrata, permanecendo intacta a experiência do observador quanto a sua interpretação a partir de sua bagagem cultural. De forma prática, os elementos são identificáveis (água, mão, rocha, cruz e luz), mas o seu significado total pode trazer eixos variados, a depender do observador, o que confere o trabalho da imagem de síntese.

4.3.7 Assinatura, Tipologias Institucionais e Cores

Tipografia

Tal qual no desenvolvimento do símbolo gráfico, a escolha da tipografia estabelecida no projeto também passa pelos valores intangíveis da marca para que a Identidade Visual seja coesa. Se o projeto carrega leveza, simplicidade, acolhimento e jovialidade, por exemplo, fontes serifadas ou muito robustas não contemplam a necessidade do desenvolvimento, pois possuem estilos que não harmonizam com os valores centrais do projeto, que precisam ser seguidos de

maneira estratégica para que a solução seja bem empregada e a Identidade Visual cumpra seu propósito, como afirma Lupton (2006):

Ao escolher fontes, os designers gráficos consideram a história dos tipos e suas conotações atuais, bem como suas qualidades formais. O objetivo é encontrar uma combinação apropriada entre o estilo das letras, a situação social específica e a massa de conteúdo que definem o projeto. (LUPTON, 2006, pág.12)

Dito isso, para compor a assinatura visual do projeto foi selecionada a fonte Bree, desenvolvida por José Scaglione e Veronika Burian. Foi escolhida por ser uma fonte com aspecto alegre a partir de seu formato bem arredondado, amigável e também compacto, conferindo o tom acolhedor e simples da Identidade Visual, não havendo necessidade de alteração do espaçamento e *kerning* entre as letras. Apenas os cantos inferiores esquerdos do título foram modificados com mais curvas na intenção de deixar uma assinatura mais fluida. Já o subtítulo, que será usado apenas na assinatura secundária, teve apenas o espaçamento geral aumentado para que as duas palavras respirassem mais e contemplasse um maior espaço abaixo do título.



Figura 10 - Versão original e modificada da tipologia. Fonte: autoria própria (2022)

O título foi escrito em *bold* com o subtítulo em *light*, para dar dinâmica e respiro, além do destaque para o nome da igreja. Os cantos inferiores esquerdos do título foram modificados com mais curvas na intenção de deixar uma assinatura mais fluida.



Figura 11 - Versões assinatura visual. Fonte: autoria própria (2022)

Para a definição da tipologia institucional, a própria fonte Bree como padrão compõe a escolha por possuir uma família com boa variedade.

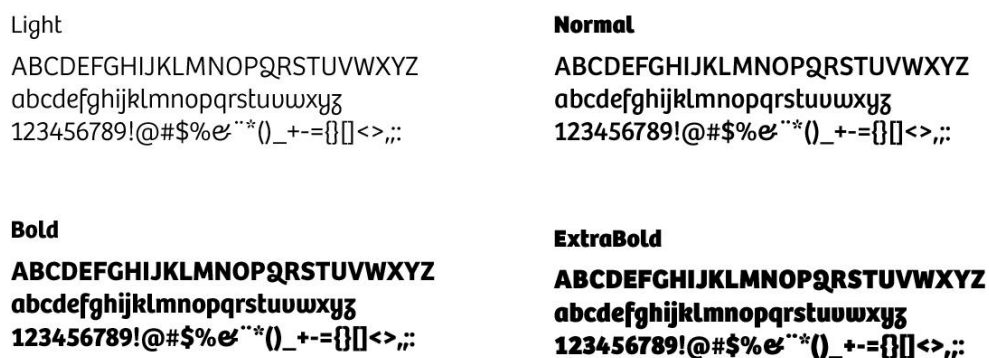


Figura 12 - Tipologia Institucional. Fonte: autoria própria (2022)

Coors

A escolha das cores passou pelo mesmo caminho que os outros elementos do projeto percorreram. De acordo com a semiótica, a cor azul é uma das cores mais preferidas entre as pessoas no mundo ocidental e, além disso,

associa-se com o caráter divino que o céu evoca. A cor amarela pode ser associada a amabilidade, simpatia e jovialidade em função de sua vibração. Tais atributos dialogam diretamente com a personalidade da marca, além do contraste que transmite uma maior harmonia.



Figura 13 - Aplicação em cores. Fonte: autoria própria (2022)

4.3.8 Aplicação da Identidade Visual

Com o projeto finalizado, é notável a diferença entre a identidade visual antiga e a nova identidade visual desenvolvida. Com a antiga, prevalecia um aspecto mais raso com a ausência de um símbolo definido. Embora a assinatura transmita leveza, a identidade visual não carregava uma maior personalidade, o que conferia uma marca mais básica e, conseqüentemente, dialogava pouco com o público almejado.



Figura 14 - Antes e depois. Fonte: autoria própria (2022)

Dessa forma, é possível identificar a diferenciação que a imagem de síntese traz para o projeto, gerando uma identidade visual com mais destaque ao se comunicar de maneira mais assertiva com os fiéis da congregação.

Ademais, as aplicações da nova identidade visual em elementos comuns do cotidiano de uma igreja moderna, como papel timbrado, cartão de visitas, adesivos, canecas, envelopes, crachás, bandeira, camisa e letreiro.



Figura 15 - Adesivos. Fonte: autoria própria (2022)



Figura 16 - Crachá. Fonte: autoria própria (2022)



Figura 17 - Bandeira. Fonte: autoria própria (2022)



Figura 18 - Canecas. Fonte: autoria própria (2022)



Figura 19 - Chaveiro. Fonte: autoria própria (2022)



Figura 20 - Cartão de visitas. Fonte: autoria própria (2022)



Figura 21 - Camisas. Fonte: autoria própria (2022)



Figura 22 - Papelaria. Fonte: autoria própria (2022)

4.3.9 Manual de Identidade Visual

Anexo 1

5. REFERÊNCIAS

COSTA, Hermisten. **Protestantismo e a palavra impressa: ensaios introdutórios**. São Paulo. Disponível em:

<https://www.mackenzie.br/fileadmin/OLD/47/Editora/Ciencias_Religio/Artigo5-6.2.pdf>. Acesso em: 3 de outubro de 2022.

DESCONHECIDO. **Estilo Internacional**. Disponível em:

<<https://sobredesign.wordpress.com/estilo-internacional/#:~:text=A%20padroniza%C3%A7%C3%A3o%20da%20forma%20visual,art%C3%ADstico%20modernista%20denominado%20Estilo%20Internacional.>>. Acesso em: 7 de dezembro de 2022.

DESCONHECIDO. **A Bíblia de Gutenberg**. Biblioteca Digital Mundial, 31 de janeiro de 2014. Disponível em:

<<https://www.wdl.org/pt/item/7782/#:~:text=A%20B%C3%ADblia%20de%20Gutenberg%20%C3%A9,de%20tipos%20m%C3%B3veis%20de%20metal.&text=A%20B%C3%ADblia%20foi%20toda%20impressa,ornamentados%20%C3%A0%20m%C3%A3o%20e%20coloridos.>>. Acesso em: 27 de novembro de 2022.

FERNANDES, Cláudio. **Invenção da Imprensa**. Mundo Educação. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/historiageral/invencao-imprensa.htm#:~:text=O%20sucesso%20da%20imprensa%20de,Protestante%20empreendida%20por%20Martinho%20Lutero.&text=Com%20a%20imprensa%2C%20centenas%20eram%20feitas%20em%20um%20%C3%ABanico%20dia.>>. Acesso em: 4 de outubro de 2022.

FRUTIGER, Adrian. **Sinais & Símbolos**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

LUPTON, Ellen. **Pensar com Tipos**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

MEGGS, Philip. **História do Design Gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

REDAÇÃO. **Gutenberg: Primeiras Impressões**. Super Interessante, 31 de outubro de 2016. Disponível em:

<<https://super.abril.com.br/historia/gutenberg-primeiras-impresoes/>>. Acesso em: 10 de outubro de 2022.

WHEELER, Alina. **Design de Identidade de Marca**. Porto Alegre: Bookman, 2012

Signo Visual

O signo visual como um todo se constitui de elementos institucionais principais:

- **Símbolo gráfico**
- **Logotipo e/ou Assinatura**
- **Cores**
- **Tipologia**

SÍMBOLO GRÁFICO



Água da Rocha

ASSINATURA

Signo Visual

Padrão Cromático

A cor é um dos principais elementos institucionais da identidade visual.

Estão definidas as três cores em dois padrões mais usados nas aplicações de signos visuais:

PADRÃO CORES HEXADECIMAIS - PARA APLICAÇÃO EM DOCUMENTOS WEB EM GERAL

PADRÃO CORES CMYK - PARA IMPRESSÕES EM QUADRICROMIA SEM POSSIBILIDADE DE USO DE CORES PANTONE



C=0 M=35 Y=100 K=0
HEXADECIMAL **FCAF17**

Água da Rocha

C=95 M=55 Y=25 K=5
HEXADECIMAL **006791**

Signo Visual

Tipologia

A tipologia é outro dos principais elementos institucionais da identidade visual.

O tipo institucional determinado para a assinatura é a Bree.

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!@#\$%e`*()*_+={}<>,,;

Normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!@#\$%e`*()*_+={}<>,,;

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!@#\$%e`*()*_+={}<>,,;

ExtraBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!@#\$%e`*()*_+={}<>,,;

Signo Visual

Opções de Disposição Vertical e Horizontal

A assinatura visual pode ser disposto em configurações vertical ou horizontal, de acordo com a adequação aos demais elementos da peça gráfica ou ao espaço disponível.



Água da Rocha

Versão horizontal



Água da Rocha

Versão vertical

Signo Visual

Versão Preto & Branco

- Configurações em Positivo e Negativo



Água da Rocha



Água da Rocha

Signo Visual

Versões em Cor
e Tons de Cinza



Água da Rocha



Água da Rocha

Signo Visual

Assinatura secundária
“comunidade evangélica”



Signo Visual

Uso não permitidos

Distorção



Cor fora da identidade



Simbolo lado direito



Sem preenchimento



Simbolo embaixo



Rotacionar



Signo Visual

Aplicações sobre Fundos Variados

A disposição horizontal do Signo Visual servirá como exemplo nas aplicações em fundos variados

Fundos nas cores do padrão cromático do próprio Signo.



Signo Visual

Aplicações sobre Fundos Variados

Fundos de fotografias nas cores próximas ao padrão cromático do próprio Signo.



Signo Visual

Aplicações sobre
Fundos Variados

Fundos em cores neutras claras e escuras.



Água da Rocha



Água da Rocha

Signo Visual

Aplicações sobre
Fundos Variados

Fundos de fotografias claras e escuras.



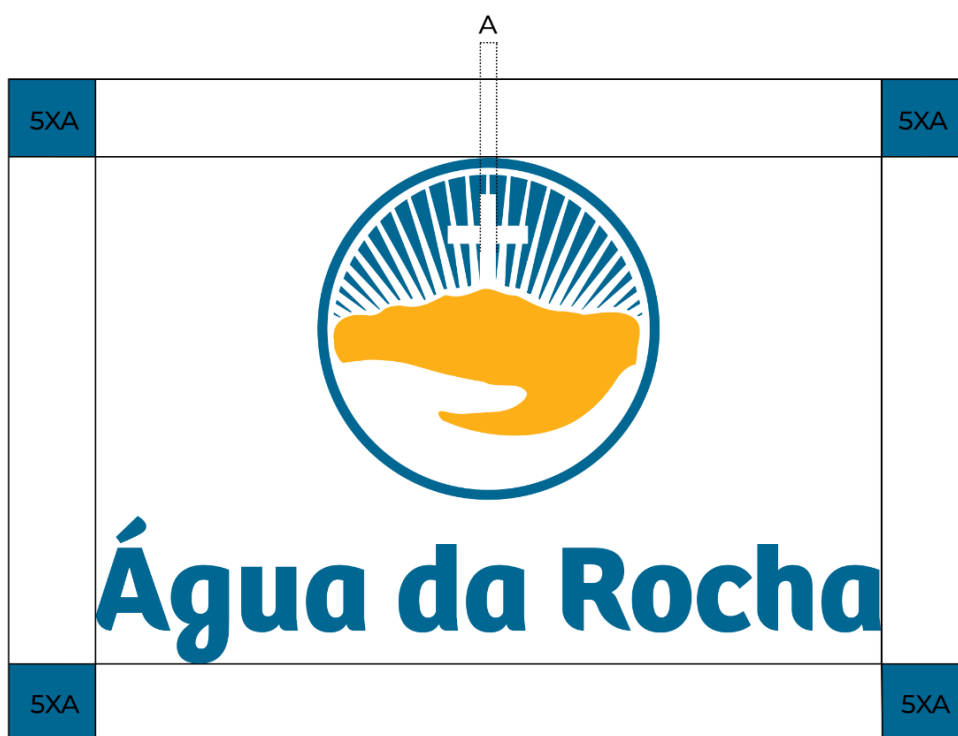
Signo Visual

Margem de Segurança
- Disposição Horizontal



Signo Visual

Margem de Segurança
- Disposição Vertical



Signo Visual

Limites de Redução para Disposições Vertical e Horizontal

Não há limites para a ampliação do Signo Visual, desde que respeitadas as proporções e as dimensões previstas no desenho de construção.



Signo Visual

Aplicações - Crachá



Signo Visual

Aplicações - Adesivos



Signo Visual

Aplicações - Bandeira
recepção



Signo Visual

Aplicações - Camisa



Signo Visual

Aplicações - Caneca



Signo Visual

Aplicações - Cartão de visitas



Signo Visual

Aplicações - Chaveiro



Signo Visual

Aplicações - Papel timbrado e envelopes

