





Olá!

**Este é o
Guia Pocket
Da Marca
“ao Entardecer”**

Aqui, reunimos as principais diretrizes, significados e regras de aplicação da nossa identidade visual. Mais do que um manual técnico, este documento mostra os caminhos para garantir que a essência, a emoção e a consistência da marca sejam mantidas em todos os pontos de contato com o nosso público.

1

**MARCA
AO ENTARDECER**

Guia Pocket

MARCA AO ENTARDECER

Quem é a Marca?

Fundada por **SDCCD (Sistema de Comunicação Conectados com Deus)**, a marca atua no nicho religioso com um propósito claro: promover a comunhão. O nome "Ao Entardecer" não é apenas uma referência de tempo, mas um estado de espírito. O entardecer representa o fechamento de um ciclo diário, o momento em que o ritmo do mundo desacelera e somos convidados à pausa, à reflexão e ao recolhimento. É o cenário perfeito para ouvir e falar com o Criador.

Conceito-Núcleo: Conexão.
Slogan Oficial: "Venha se conectar com Deus em família".

Conceito-Núcleo: Conexão.

Slogan Oficial: "Venha se conectar com Deus em família".

★ *ao Entardecer*

**MARCA
AO ENTARDECER**

**Linguagem a ser
transmitida.**

A marca e deve seguir os seguintes posicionamentos.

Emocional e Acolhedora

A comunicação deve abraçar o público, transmitindo a paz de um final de tarde.

Familiar e Segura

Foco em criar um ambiente seguro para o desenvolvimento da espiritualidade em casa.

Inovadora no Nicho

O posicionamento busca fugir do "mesmismo de sempre", trazendo uma roupagem premium, atual e visualmente atrativa para o nicho religioso.



1.1 MARCA LOGOTIPO

MARCA LOGO

O logo traduz perfeitamente o propósito da marca.

Com uma tipografia humana feita a mão a marca 'Ao Entardecer' é o abraço acolhedor no fim do dia. Ela transmite a paz, a esperança e a serenidade necessárias para desacelerar o ritmo agitado do mundo. É um convite emocional para acalmar o coração, voltar ao essencial e viver uma profunda conexão com Deus em família



Mensagem da tipografia:

Estilo caligrafia, algo feito à mão, como um diário espiritual, uma anotação na margem da Bíblia ou uma carta pessoal. Isso passa a mensagem de que a marca não é uma "instituição" inalcançável, mas sim uma companheira íntima da família no dia a dia.

O Símbolo (A Estrela/Cintilância):

Posicionada junto ao "ao", representa a luz divina, a primeira estrela que surge no entardecer, guiando a família.

ÍCONE
VARIAÇÃO



Arejamento

Para garantir a legibilidade e integridade da Marca Logo, deve sempre haver um espaçamento mínimo ao seu redor, chamado de área de arejamento. Nenhum elemento gráfico deve invadir esse espaço, medido em função de X. O X é a espessura das colunas internas do círculo.

Atenção: X é um módulo proporcional, não uma medida.

Arejamento

A definição de um tamanho mínimo da Marca tem o objetivo de manter a sua legibilidade na comunicação.



Tamanho mínimo
Impressos



Tamanho mínimo
Digítal

MARCA
LOGO

Usos indevidos

É fundamental que a Marca seja aplicada de forma consistente para garantir sua personalidade, força e para assegurar sua visibilidade na comunicação. Ao lado, alguns exemplos de usos incorretos da Marca.



Não rotacionar



Não mexer no alinhamento



Não distorcer



Não adicionar sombras

MARCA
LOGO

★*ae* Entardecer

★*ae* Entardecer

Fundos Principais

A Marca pode ser aplicada sobre todas as suas cores principais, porém sempre priorize os fundos branco, preto e dourado.

★*ae* Entardecer

★*ae* Entardecer

MARCA
LOGO



Outro fundos

A Marca pode ser aplicada sobre todas as suas cores principais, e também sobre as secundarias que trazem contraste.



Guia Pocket

MARCA
LOGOTIPO

O logotipo junção do logo com
a assinatura tipografica, nome da
marca pessoal.

✦ *ao Entardecer*

MARCA
LOGOTIPO

✦ *ar Entardecer*

Assinatura horizontal

✦ *ar*

Vatiação de Aplicação

MARCA
LOGOTIPO



Arejamento

Para garantir a legibilidade e integridade da Marca Logo, deve sempre haver um espaçamento mínimo ao seu redor, chamado de área de arejamento. Nenhum elemento gráfico deve invadir esse espaço, medido em função de X. O X é a letra “D” do sobrenome.

Atenção: X é um módulo proporcional, não uma medida.

Arejamento

A definição de um tamanho mínimo da Marca tem o objetivo de manter a sua legibilidade na comunicação.

Tamanho mínimo
Impressos



Tamanho mínimo
Digital



1.2 CORES

CORES

C19 M86 Y100 K9
R187 G68 B39
#bb4427

Cores Primarias

A qualidade de reprodução das cores deve ser rigorosamente observada em todas as peças de comunicação. Veja, ao lado, as especificações das cores CMYK, RGB e Hex Color.

C4 M2 Y2 KO
R241 G243 B244
#f1f3f4

CORES

Cores Secundárias

A qualidade de reprodução das cores deve ser rigorosamente observada em todas as peças de comunicação. Veja, ao lado, as especificações das cores CMYK, RGB e Hex Color.

CO M29 Y39 KO
R253 G191 B153
#fdbf99

C75 M40 Y58 K20
R67 G110 B101
#436e65

C3 M26 Y73 KO
R245 G192 B95
#f5c05f

1.3 TIPOGRAFIA

TIPOGRAFIA

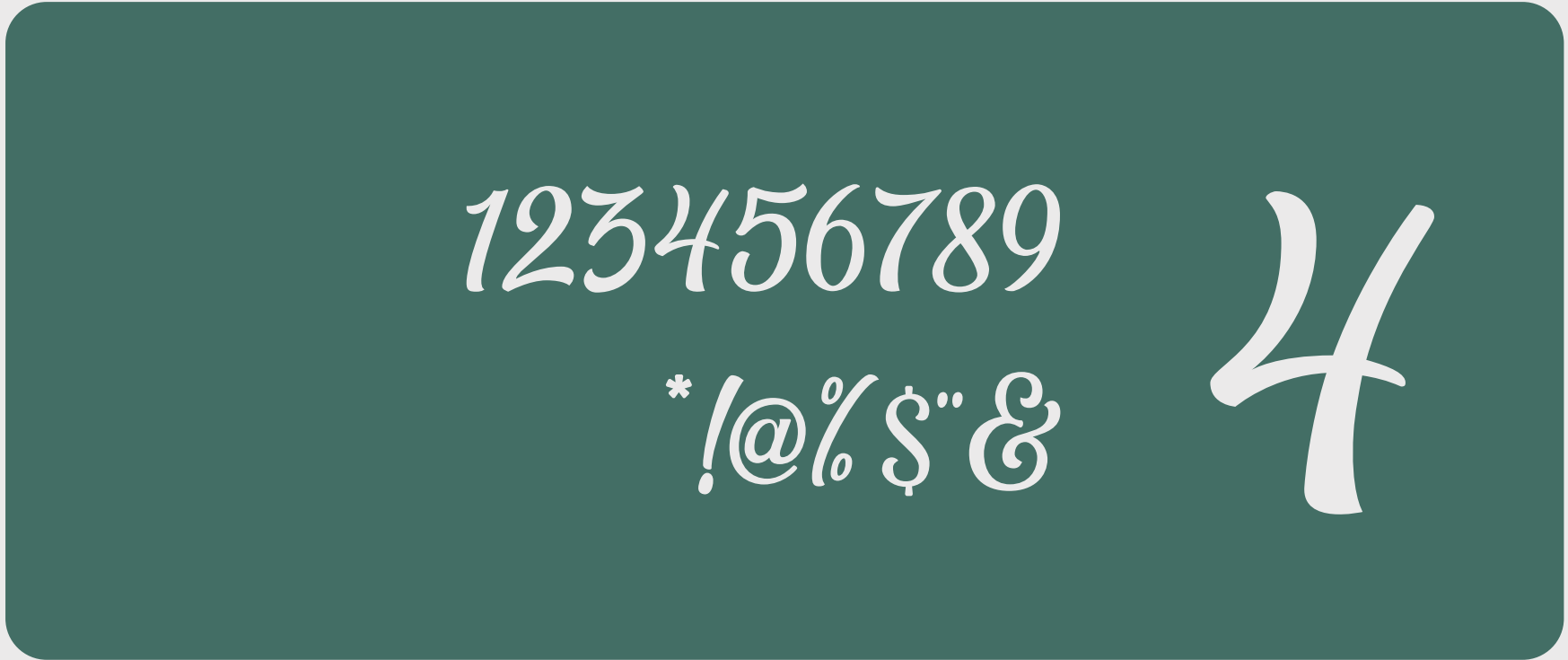
Na Bb

Greatly Clean

A tipografia é representação da personalidade e voz da marca. Isso influencia como usamos linguagem e conjuntos o tom para todas as coisas.

Fonte Primária

A fonte Greatly deve ser usada para títulos.
Não deverá ser usada para subtítulos, texto e documentos impresos ou digitais.



TIPOGRAFIA

Fonte Secundária

A fonte Visby CF deve ser usada em toda a comunicação visual, subtítulo, texto e todos os documentos como PPTs, manuais, proposta comercial, relatórios, posts etc.

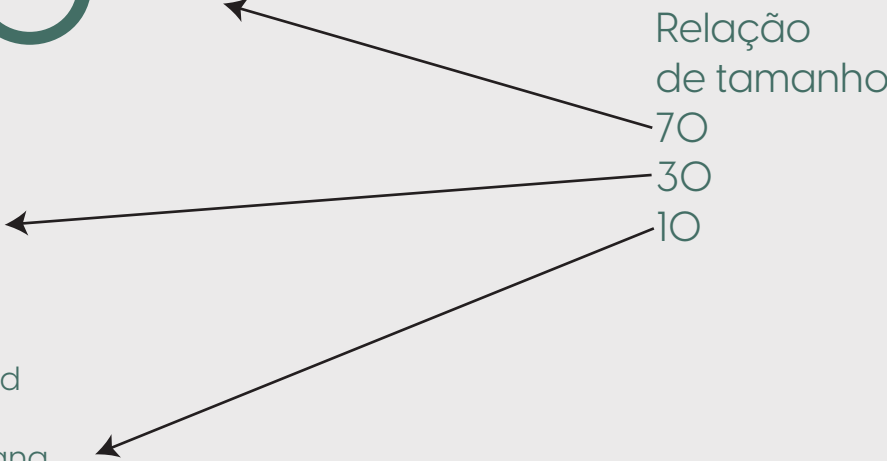
Visby CF family
#ocaso #pordosol

AaBb
typeform

Título

Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetuer adipiscing elit, sed
diam nonummy nibh euismod
tincidunt ut laoreet dolore magna
aliquam erat volutpat. Ut wisi enim
ad minim veniam, quis nostrud
exerci tation ullamcorper suscipit
lobortis nisl ut aliquip ex ea
commodo consequat. Duis autem
vel eum iriure dolor in hendrerit in
vulputate velit esse molestie
consequat, vel illum dolore eu



@!#%&()
123456789*



GUIA POCKET AO ENTARDECER

Este material foi desenvolvido para visualização na tela do computador, podendo apresentar variações de cores e formatos quando impresso.

Junho de 2026