

MANUAL DE
IDENTIDADE
VISUAL
PARANÁ CLUBE



PARANÁ CLUBE

Diretoria

Presidente: Leonardo de Oliveira

Primeiro Vice: Christian Marcelo Fontes Knaut

Segundo Vice: Marcello Barros Guatura

Gestor Financeiro: Osman Luiz Tomasi

Superintendente Geral: Oliveiros Machado Neto

Departamento de Comunicação e Marketing

Diretor de marketing: João Luiz de Carvalho

Gerente de marketing: Rafael Mainardes Tempo

Produtos e licenciamentos: Christofer Ricardo Beppler

Designer Gráfico: Marcelo Mattozo Ferraz

Assessoria de imprensa: Irapitan Costa

ÍNDICE

1. Introdução	04	4. Cores	14
2. Apresentação	05	4.1 Versão em retícula de preto	15
2.1 O Paraná Clube	05	4.2 Versão em retícula de preto / marca secundária	16
3. A Marca	06	4.3 Versão monocromática	17
3.1 Elementos da marca	06	4.4 Versão monocromática / marca secundária	18
3.2 Marca secundária	08	5. Tipografia	19
3.3 Malha construtiva	09	5.1 Tipografia principal	19
3.4 Área de não-interferência	10	5.2 Tipografia auxiliar	20
3.5 Aplicação em fundo colorido	11	6. Usos Proibidos	21
3.6 Aplicação em fundo colorido / marca secundária	12	6.1 Usos proibidos marca principal	21
3.7 Redução máxima	13	6.2 Usos proibidos / marca secundária	22

Introdução

Neste manual, entre todos os elementos de identidade visual, a marca é o mais representativo. Como uma síntese gráfica, nosso escudo nos identifica de forma rápida, direta e inequívoca. Por isso, veremos a seguir a importância de preservá-lo e utilizá-la corretamente, assim como sua identidade visual, que é o conjunto de elementos gráficos que compõem o universo da marca. Neste manual, apresentamos regras e orientações para utilizá-los de maneira coerente e consistente, transmitindo o sentido desejado em todas as manifestações. Este manual trata unicamente da marca Paraná Clube Brasil. Para as demais marcas, consulte o manual desejado.

2. APRESENTAÇÃO

2.1. O Paraná Clube

O **Paraná Clube - PRC**, foi fundado em **19 de Dezembro de 1989**, através da fusão do Colorado Esporte Clube e do Esporte Clube Pinheiros, com o objetivo de formar uma nova e promissora potência no cenário brasileiro.

Com apenas **26 anos de existência**, o “Tricolor da Vila” já possui **2 Títulos Brasileiros Série B**, foi Penta Campeão Estadual, participou da Libertadores da América, Copa Commebol e Sulamericana, além de frequentar a Primeira Divisão do Campeonato Brasileiro por 14 anos. O clube também é reconhecido por sua capacidade de **revelar talentos para o mercado internacional**, graças ao excelente desempenho das categorias de base.

Com uma torcida apaixonada, engajada e frequente, o Paraná Clube vive atualmente um momento histórico, onde passa por sua maior reestruturação desde a fundação.

O caminho das grandes conquistas está sendo novamente traçado. E a grande massa paranista está vivendo isso.

3. A Marca

Criada pelo publicitário Zeno José Otto em 1988, a marca do Paraná Clube é composta por um escudo que ganha forma a partir do formato de um pinhão, elemento tradicional da cultura paranaense.

Dentro deste escudo temos uma marca secundária (também utilizada separadamente), centralizada na parte superior, composta pelas palavras: “Paraná” e “Clube”. Em baixo a palavra “Brasil”. Desenvolvidas com fontes exclusivas, esta tipografia torna a marca ainda mais diferenciada.

Como elementos gráficos temos a Gralha-azul (*Cyanocorax caeruleus*), ave símbolo do estado, principal disseminador do fruto da Araucária (*Araucaria angustifolia*) – outro grande símbolo de nosso estado, que também compõe nossa marca–. A união desses elementos criam a personalidade do escudo do Paraná Clube. Uma marca única, que todos os paranistas têm muito orgulho de carregar no peito.

As cores vermelho, azul e branco foram escolhidas para representar a luta e união histórica desta marca. O escudo é finalizado ainda com duas estrelas prateadas referentes aos dois títulos do Campeonato Brasileiro da Série B, conquistados pela equipe paranista em 1992 e em 2000.



3. MARCA

3.1. Elementos da marca



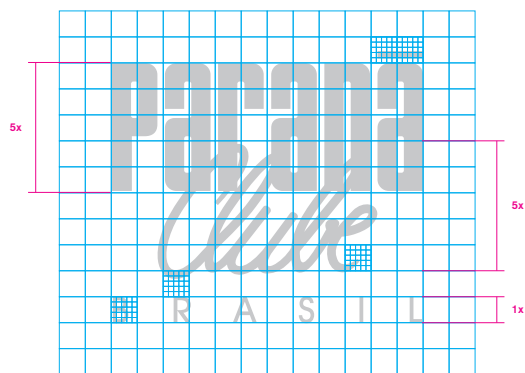
3.2. Marca Secundária

O Paraná Clube tem uma marca secundária, uma variante da marca principal. Priorize sempre a versão principal, opte pela secundária apenas em situações de restrição de aplicações, seja por dimensões reduzidas ou processos de reprodução. Para sua correta aplicação siga sempre as diretrizes contidas neste guia.

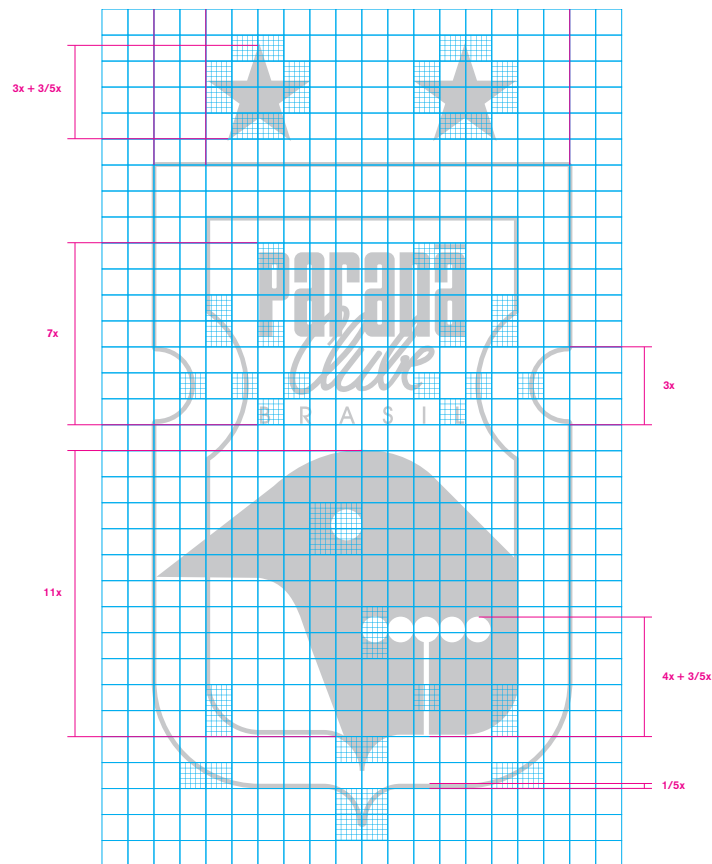


3.3. Malha construtiva

Para garantir o posicionamento consistente de cada um dos elementos que constituem a marca, foi desenvolvido um grid que assegura a reprodução e aplicação da marca em qualquer tipo de suporte. Nos diagramas abaixo, o módulo principal “x”, corresponde à altura da palavra “Brasil”. A utilização do grid é essencial para o alinhamento da tipografia e dos elementos gráficos que compõem a marca, além de ser usado para a manutenção das proporções, espaços e medidas. **Não é permitido o redesenho da marca, solicite os arquivos originais com o Paraná Clube.**



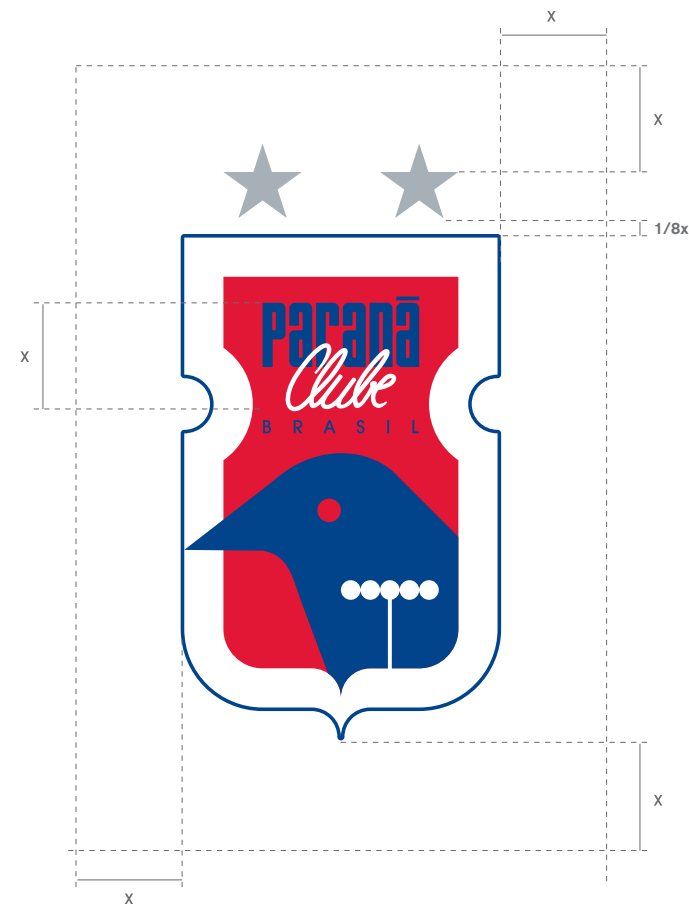
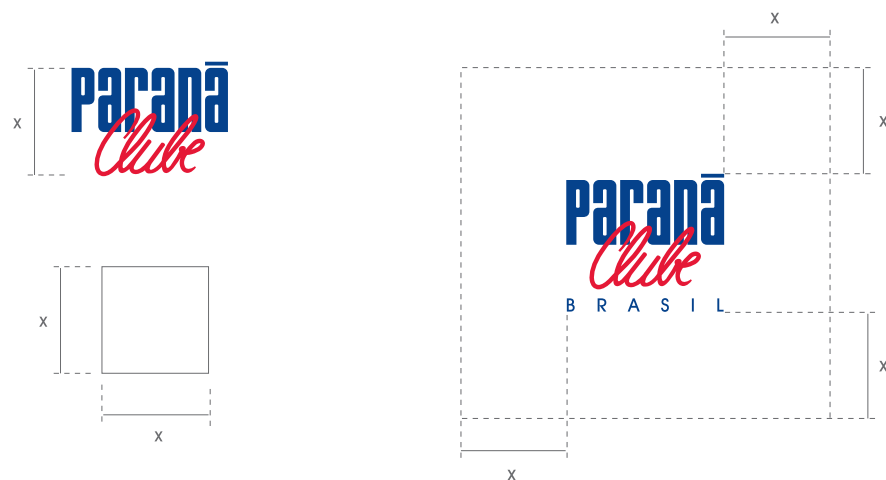
Malha marca secundária



Malha marca principal

3.4. Área de não-interferência

A área de arejamento envolve e protege a marca, evitando a interferência de outros elementos, como títulos, textos, imagens e margens em materiais e impressos. Sempre que possível a área livre em torno da marca deve ser maior que o arejamento mínimo.

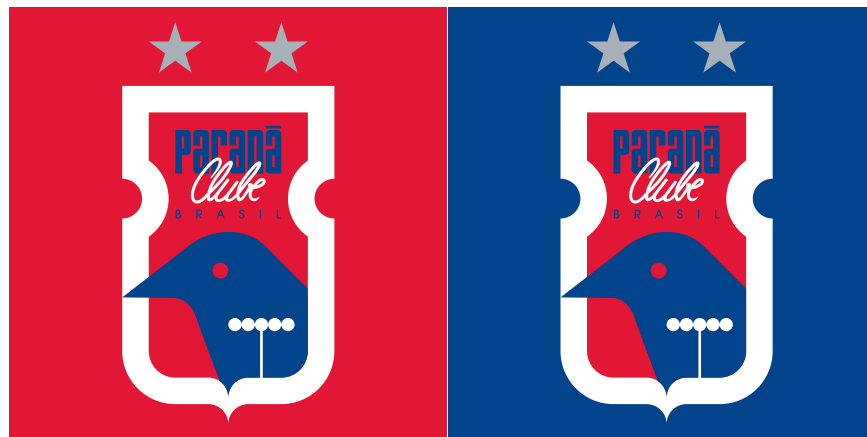


3.5. Aplicação em fundo colorido

Sobre fundos coloridos, é utilizada uma segunda versão da marca principal, onde não é utilizada a espessura azul em volta da marca.



Aplicação Principal, sobre fundo branco utilizar com espessura azul em volta da marca.



Aplicações sobre fundo colorido: Utilizar sem a espessura azul em volta da marca.

3.6. Fundos coloridos / marca secundária

Sobre fundos coloridos, é necessário algumas inversões de cores.
Solicite os arquivos originais com o Paraná Clube.



Aplicação Principal da marca secundária,
sobre fundo branco (cores alteradas).



Aplicações secundárias sobre fundo colorido
(as cores variam conforme a cor de fundo).

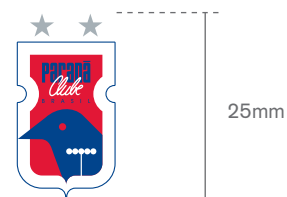
3. MARCA

3.7. Redução máxima

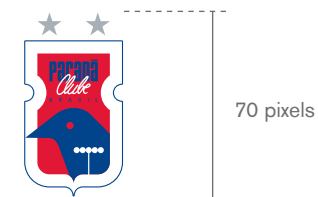
A marca deve ser ampliada ou reduzida proporcionalmente (sem distorções) para atender às necessidades específicas de cada peça de comunicação.

Para garantir a legibilidade da marca, existem tamanhos mínimos permitidos de aplicação da marca.

Material Impresso



Material Digital



Material Impresso



Material Digital



4. CORES

4. Cores

As cores que compõem a identidade visual da marca Paraná Clube são parte essencial do DNA da marca, portanto, a precisão do uso dessas cores é de fundamental importância. A marca colorida deve ser utilizada em todos os materiais que o Paraná Clube tenha o controle da criação.



Pantone
186 C

CMKY
C 00
M 100
Y 80
K 5

RGB
R 224
G 23
B 55

Pantone
280 C

CMKY
C 100
M 75
Y 00
K 20

RGB
R 00
G 68
B 139

Pantone
429 C

CMKY
C 20
M 10
Y 10
K 20

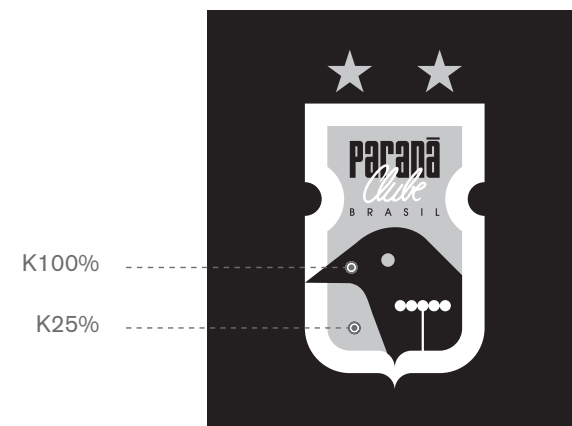
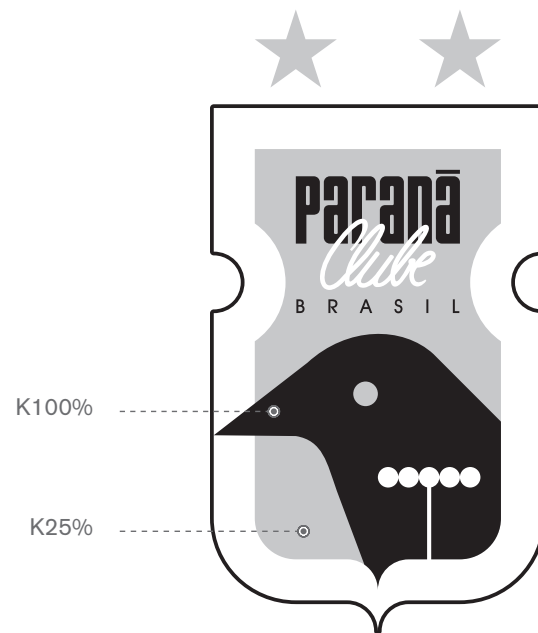
RGB
R 167
G 177
B 182

4. CORES

4.1. Versão em retícula de preto

A marca monocromática só deve ser utilizada em alguns casos:

- em casos onde o Paraná Clube não tem controle da criação para definir o uso do fundo branco; ou
- em materiais com restrição técnica ao uso de cores.



4. CORES

4.2. Versão em retícula de preto / marca secundária

A marca monocromática só deve ser utilizada em alguns casos:

- em casos onde o Paraná Clube não tem controle da criação para definir o uso do fundo branco; ou
- em materiais com restrição técnica ao uso de cores.

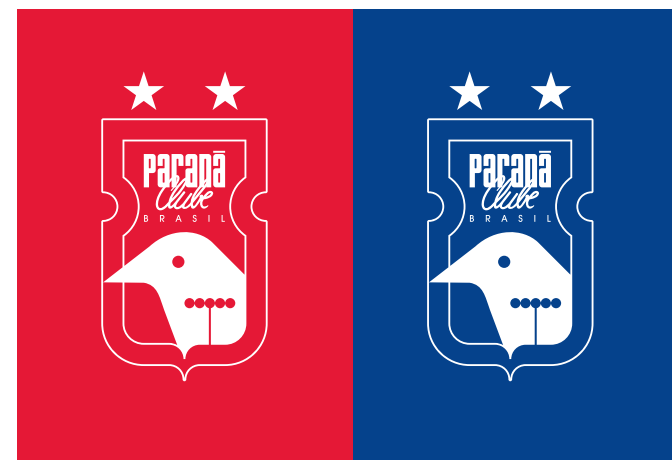


4. CORES

4.3. Versão monocromática

A marca monocromática só deve ser utilizada em alguns casos:

- em casos onde o Paraná Clube não tem controle da criação para definir o uso do fundo branco; ou
- em materiais com restrição técnica ao uso de cores.



4. CORES

4.4. Versão monocromática / marca secundária

A marca monocromática só deve ser utilizada em alguns casos:

- em casos onde o Paraná Clube não tem controle da criação para definir o uso do fundo branco; ou
- em materiais com restrição técnica ao uso de cores.



5.1. Tipografia principal

A tipografia é um elemento-chave no sistema visual de uma marca, imprime personalidade e singularidade para a identidade. A fonte da palavra “Paraná” é exclusiva, criada pelo publicitário Zeno Otto, em 1988, expressa características modernistas através da sua construção geométrica. Utilize arquivos originais fornecidos pelo Paraná Clube.

The image displays the word "Paraná" in a bold, blue, geometric sans-serif font. The letters are thick and blocky, with a high degree of uniformity in their construction. The 'P' and 'A' are particularly prominent, with the 'A' having a very wide base. The 'n' and 'ã' are also well-defined, with the 'ã' featuring a small, horizontal bar over the 'a' part. The overall style is modern and minimalist, reflecting the geometric characteristics mentioned in the text.

5. TIPOGRAFIA

5.2. Tipografia auxiliar

A tipografia é um recurso capaz de conferir unidade e profissionalismo à imagem de uma empresa, consequentemente, otimizar a experiência da marca nos pontos de contato com os públicos internos e externos.

Para materiais de caráter institucional (impressos administrativos, folders e certificados, documentos corporativos, etc), deve-se utilizar a família **Berthold Akzidenz Grotesk**.

Não utilize qualquer outra fonte além das especificadas neste manual.

Berthold Akzidenz Grotesk - Light Condensed

Berthold Akzidenz Grotesk - Condensed

Berthold Akzidenz Grotesk - Medium Condensed

Berthold Akzidenz Grotesk - Bold Condensed

Berthold Akzidenz Grotesk - Extra Bold Condensed

Berthold Akzidenz Grotesk - Light

Berthold Akzidenz Grotesk - Medium

Berthold Akzidenz Grotesk - Bold

Berthold Akzidenz Grotesk - Extra Bold

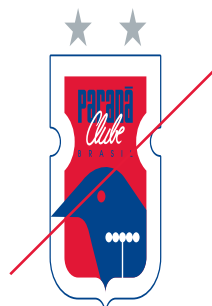
6. USOS INCORRETOS

6.1. Usos incorretos

É obrigatório manter as características originais da marca, com o uso de arquivos oficiais e suas regras de aplicação.

Nunca alterar a marca

A composição visual da marca deve ser preservada. Alterações ou deformações são proibidas. Utilize sempre os arquivos fornecidos pelo Paraná Clube.



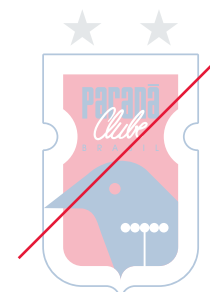
✗ USO INCORRETO

Não comprimir



✗ USO INCORRETO

Não esticar



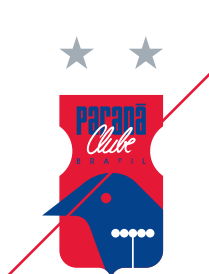
✗ USO INCORRETO

Não utilizar como
marca d'água



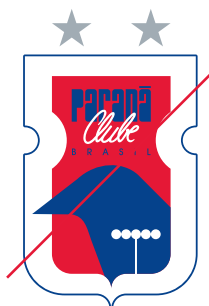
✗ USO INCORRETO

Não alterar cor do traço
em volta do símbolo



✗ USO INCORRETO

Não utilizar sem o traço
em volta do símbolo



✗ USO INCORRETO

Não alterar símbolo
nem fontes



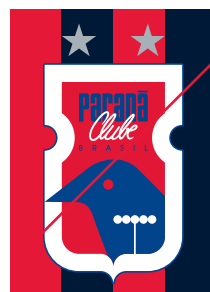
✗ USO INCORRETO

Não utilizar
sem as estrelas



✗ USO INCORRETO

Não inverter as cores



✗ USO INCORRETO

Não utilizar em fundo
vermelho e preto



✗ USO INCORRETO

Não utilizar
em fundo verde

6. USOS INCORRETOS

6.2. Usos incorretos / marca secundária

É obrigatório manter as características originais da marca, com o uso de arquivos oficiais e suas regras de aplicação.

Nunca alterar a marca

A composição visual da marca deve ser preservada. Alterações ou deformações são proibidas. Utilize sempre os arquivos fornecidos pelo Paraná Clube.



✗ USO INCORRETO

Não utilizar sem a palavra "Brasil".



✗ USO INCORRETO

Não comprimir



✗ USO INCORRETO

Não esticar



✗ USO INCORRETO

Não utilizar como marca d'água



✗ USO INCORRETO

Não alterar a estrutura da marca



✗ USO INCORRETO

Não alterar a ordem das cores



✗ USO INCORRETO

Não utilizar apenas com o vermelho



✗ USO INCORRETO

Não utilizar apenas com o vermelho



✗ USO INCORRETO

Não utilizar em fundo vermelho e preto



✗ USO INCORRETO

Não utilizar em fundo verde

paranaclub.com.br