

# Guia de Comunicação da Igreja

A Igreja de Jesus Cristo dos  
Santos dos Últimos Dias

SEGUNDA EDIÇÃO



# Perguntas?

## **Comunicados da Igreja**

Site: [guide.ChurchofJesusChrist.org](http://guide.ChurchofJesusChrist.org)

E-mail: [guide@ChurchofJesusChrist.org](mailto:guide@ChurchofJesusChrist.org)

Telefone: 1-801-240-0129

# Índice

Uma mensagem da Primeira Presidência .....	4	<b>SEÇÃO 3: NOSSA VOZ</b>	<b>31</b>	4.2.1 Símbolo .....	67
O propósito do <i>Guia de Comunicação da Igreja</i> .....	5	3.0 Nossa voz .....	33	4.2.2 Logotipo .....	83
<b>SEÇÃO 1: QUEM SOMOS</b>	<b>6</b>	3.1 Criar uma voz reconhecível .....	34	4.2.3 Nome da Igreja .....	90
1.0 Quem somos .....	8	3.1.1 Atributos da comunicação da Igreja .....	35	4.2.4 Tipografia .....	91
1.1 Nossa responsabilidade de compartilhar luz e verdade .....	9	3.1.2 Características da voz da Igreja .....	44	4.2.5 Cores .....	92
1.2 A experiência principal .....	10	3.1.3 Considerações e alternativas para palavras específicas da Igreja .....	45	4.2.6 Imagens .....	93
1.3 Mensagens fundamentais .....	11	3.2 Garantir a pureza doutrinária .....	48	4.2.7 Inspiração visual: Luz .....	101
1.4 Atributos da comunicação .....	12	3.3 Como planejar as comunicações .....	50	4.2.8 Grade .....	113
<b>SEÇÃO 2: ENTENDER OS FILHOS DE DEUS</b>	<b>22</b>	3.3.1 O público-alvo .....	51	<b>4.3 Design intencional</b> .....	<b>115</b>
2.0 Entender os filhos de Deus .....	24	3.3.2 O propósito .....	54	4.3.0 Comunicações formais .....	119
2.1 Compartilhar a experiência principal .....	26	3.3.3 A mensagem .....	55	4.3.1 Comunicações menos formais .....	120
2.2 Fazer perguntas e ouvir .....	27	3.3.4 O método de entrega .....	57	4.3.2 Flexibilidade na formalidade .....	121
2.3 Relacionar a verdade a cada um dos filhos de Deus .....	28	3.4 Como usar o nome da Igreja .....	59	<b>4.4 Modelos</b> .....	<b>122</b>
2.4 Usar valores universais .....	29	3.5 Recursos de estilo de redação .....	61	<b>4.5 Como obter arquivos</b> .....	<b>135</b>
2.5 Desenvolver mensagens que ajudem as pessoas a sentir o amor de Deus .....	30	<b>SEÇÃO 4: DESIGN VISUAL</b>	<b>62</b>	Conclusão .....	136
		4.0 Design visual .....	64		
		4.1 Princípios de design visual .....	65		
		4.2 Elementos de design visual .....	66		

 *Clique no índice anterior a fim de ir direto para a seção.*

## Uma mensagem da Primeira Presidência



Queridos irmãos e irmãs,

Como membros de A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias, cada um de nós tem a oportunidade de ajudar nossos irmãos e nossas irmãs a sentir o amor de Deus e seguir Seu Filho, Jesus Cristo.

Como líder, funcionário, voluntário chamado ou fornecedor da Igreja, você compartilha mensagens do evangelho e outros materiais relacionados à Igreja com membros e amigos em todo o mundo. Os padrões de comunicação deste guia se baseiam nos princípios do evangelho e foram desenvolvidos sob orientação inspirada, seguindo extensa pesquisa global. Quando aplicados em nossos comunicados, eles ajudarão a unir nossos esforços com um tom reconhecível e acolhedor.

Essas diretrizes de comunicação da Igreja são aprovadas pela Primeira Presidência e pelo Quórum dos Doze Apóstolos. Use-as em sua função específica para que todos nós possamos refletir a voz unificada e o propósito da Igreja de Jesus Cristo.

Agradecemos suas contribuições ao ajudarmos os filhos de Deus a reconhecer Sua voz, sentir Seu amor e desejar seguir Seu Filho.

— A Primeira Presidência

## O propósito do *Guia de Comunicação da Igreja*

Este guia nos ajuda a unir nossos esforços por meio de uma só visão e uma só voz. Ao seguirmos os princípios deste guia, a comunicação da Igreja terá um impacto maior e trará uma impressão mais poderosa, será mais unificada e as pessoas reconhecerão que esta é a Igreja do Salvador. Elas ouvirão Sua voz por meio do Espírito, lembrarão das mensagens e responderão a nossos convites. Seja qual for a interação de uma pessoa com a Igreja, queremos que a experiência represente consistentemente a Igreja que leva o nome do Salvador.

---

*“Porque quando um homem fala pelo poder do Espírito Santo, o poder do Espírito Santo leva as suas palavras ao coração dos filhos dos homens.”*

[2 NÉFI 33:1](#)



[Voltar para o Índice](#)

## Seção 1: Quem somos

# Seção 1: Quem somos

<b>1.0 Quem somos</b> .....	<b>8</b>
<b>1.1 Nossa responsabilidade de compartilhar luz e verdade</b> .....	<b>9</b>
<b>1.2 A experiência principal</b> .....	<b>10</b>
<b>1.3 Mensagens fundamentais</b> .....	<b>11</b>
<b>1.4 Atributos da comunicação</b> .....	<b>12</b>
Acolhimento .....	13
Solidariedade .....	14
Abrangência .....	15
Objetividade .....	16
Honestidade e verdade .....	17
Esperança .....	18
Humildade .....	19
Inspiração .....	20

 *Clique no índice anterior a fim de ir direto para a seção.*

## 1.0 Quem somos

Somos discípulos de Jesus Cristo. Nosso trabalho é orientado por Seus dois grandes mandamentos de amar a Deus e ao próximo (ver [Mateus 22:37–39](#)). Tudo o que dizemos e fazemos deve estar centralizado em Jesus Cristo.



Mostramos nosso amor a Deus quando guardamos Seus mandamentos e servimos a Seus filhos (ver [João 14:15](#)). Auxiliamos na obra de salvação e exaltação de Deus quando:

- Vivemos o evangelho de Jesus Cristo.
- Cuidamos dos necessitados.
- Convidamos todos a receber o evangelho.
- Unimos as famílias por toda a

eternidade. (Ver *Manual Geral*, item [1.2](#).)

O Espírito Santo pode ajudá-lo a entender como esses quatro aspectos da obra de Deus se relacionam com o que você faz (ver [2 Néfi 32:5](#)). Este guia de comunicação vai ajudá-lo a contribuir com a obra de Deus, especificamente por meio de interações e comunicados que representam a Igreja do Salvador.

## 1.1 Nossa responsabilidade de compartilhar luz e verdade

Quando o Salvador explicou Sua autoridade a Pilatos, Ele disse: “Eu para isso nasci, e para isso vim ao mundo, para dar testemunho da verdade” ([João 18:37](#)). Hoje, os seguidores de Jesus Cristo continuam a prestar testemunho da verdade.



Quando nos comunicamos em nome de A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias, comprometemo-nos a compartilhar mensagens da verdade (ver item [3.2](#)). Recorremos a Deus, o Pai, e Seu Filho Jesus Cristo como nossa fonte da verdade eterna. Ao compartilharmos essa verdade, ela pode ser confirmada ao coração dos filhos de Deus pelo Espírito Santo.

A verdade eterna ajuda os filhos de Deus a sentir Seu amor e muda a vida deles. Lembramos que a palavra de Deus pode ter um “efeito mais poderoso sobre a mente do povo do que a espada ou qualquer outra coisa que lhe houvesse acontecido” ([Alma 31:5](#)).

## 1.2 A experiência principal



Nossas interações e nossa comunicação como representantes do Salvador podem auxiliar nosso Pai em Sua obra e em Sua glória. Temos oportunidades de criar experiências para as pessoas por meio da Igreja de Jesus Cristo e influenciá-las. Nossos esforços nos ajudam a criar esta experiência principal:

**Ajudamos todos os filhos de Deus a sentir Seu amor seguindo a Jesus Cristo.**

---

Essa é a experiência que queremos que as pessoas tenham ao interagirem com a Igreja de Cristo.

## 1.3 Mensagens fundamentais

Essas mensagens se baseiam nas verdades fundamentais do evangelho encontradas nas escrituras e nos ensinamentos dos profetas, videntes e reveladores.

As mensagens de apoio dos departamentos e das áreas devem apontar para pelo menos uma das mensagens fundamentais enquanto seguem os princípios para garantir a pureza doutrinária (ver item [3.2](#)).



Deus nos conhece e nos ama

Jesus Cristo restaurou Sua Igreja

O plano eterno de felicidade de Deus proporciona propósito e significado à vida

O Livro de Mórmon é outro testamento de Jesus Cristo

Jesus Cristo é nosso Salvador

Deus é a fonte de toda luz e verdade

Deus fala a Seus filhos e os ouve

Os convênios nos unem a Deus e uns aos outros

Amar a Deus e ao próximo

A família é essencial ao plano de Deus

## 1.4 Atributos da comunicação

A maneira como nos comunicamos representa quem somos como seguidores de Jesus Cristo. Identificamos certos atributos e os usamos para medir nossas ações e palavras. Queremos que as pessoas sintam pelo menos um — e muitas vezes vários — desses atributos ao interagirem com a Igreja de Cristo. As mensagens que incluem esses atributos ajudam as pessoas a sentir o amor de Deus por elas.

Acolhimento	Solidariedade	Abrangência	Objetividade
Honestidade e verdade	Esperança	Humildade	Inspiração



## Acolhimento

Ajudamos as pessoas a se sentir incluídas e explicamos as ideias de modo amigável e envolvente. Expressamos nossas crenças de maneira confiante, acessível, calorosa e não presunçosa. Convidamos, não impomos.

- **ACOLHIMENTO**
- SOLIDARIEDADE
- ABRANGÊNCIA
- OBJETIVIDADE
- HONESTIDADE E VERDADE
- ESPERANÇA
- HUMILDADE
- INSPIRAÇÃO



[Voltar para o Índice](#)

## Solidariedade

Procuramos entender as necessidades e os sentimentos reais das pessoas. Agimos com as pessoas de acordo com suas circunstâncias e situações individuais e levamos em consideração suas diferentes visões e experiências. Tanto quem fala quanto quem ouve devem se sentir compreendidos.

- ACOLHIMENTO
- **SOLIDARIEDADE**
- ABRANGÊNCIA
- OBJETIVIDADE
- HONESTIDADE E VERDADE
- ESPERANÇA
- HUMILDADE
- INSPIRAÇÃO



## Abrangência

Mostramos que somos todos iguais como filhos de Deus. Incluímos histórias e imagens de pessoas de todo o mundo para representar os países, as comunidades e as culturas da Terra.

- ACOLHIMENTO
- SOLIDARIEDADE
- **ABRANGÊNCIA**
- OBJETIVIDADE
- HONESTIDADE E VERDADE
- ESPERANÇA
- HUMILDADE
- INSPIRAÇÃO



## Objetividade

Comunicamos a verdade com palavras e imagens claras e concisas. Evitamos termos desconhecidos e explicamos conceitos específicos. Declaramos as verdades de maneira pura e compreensível.

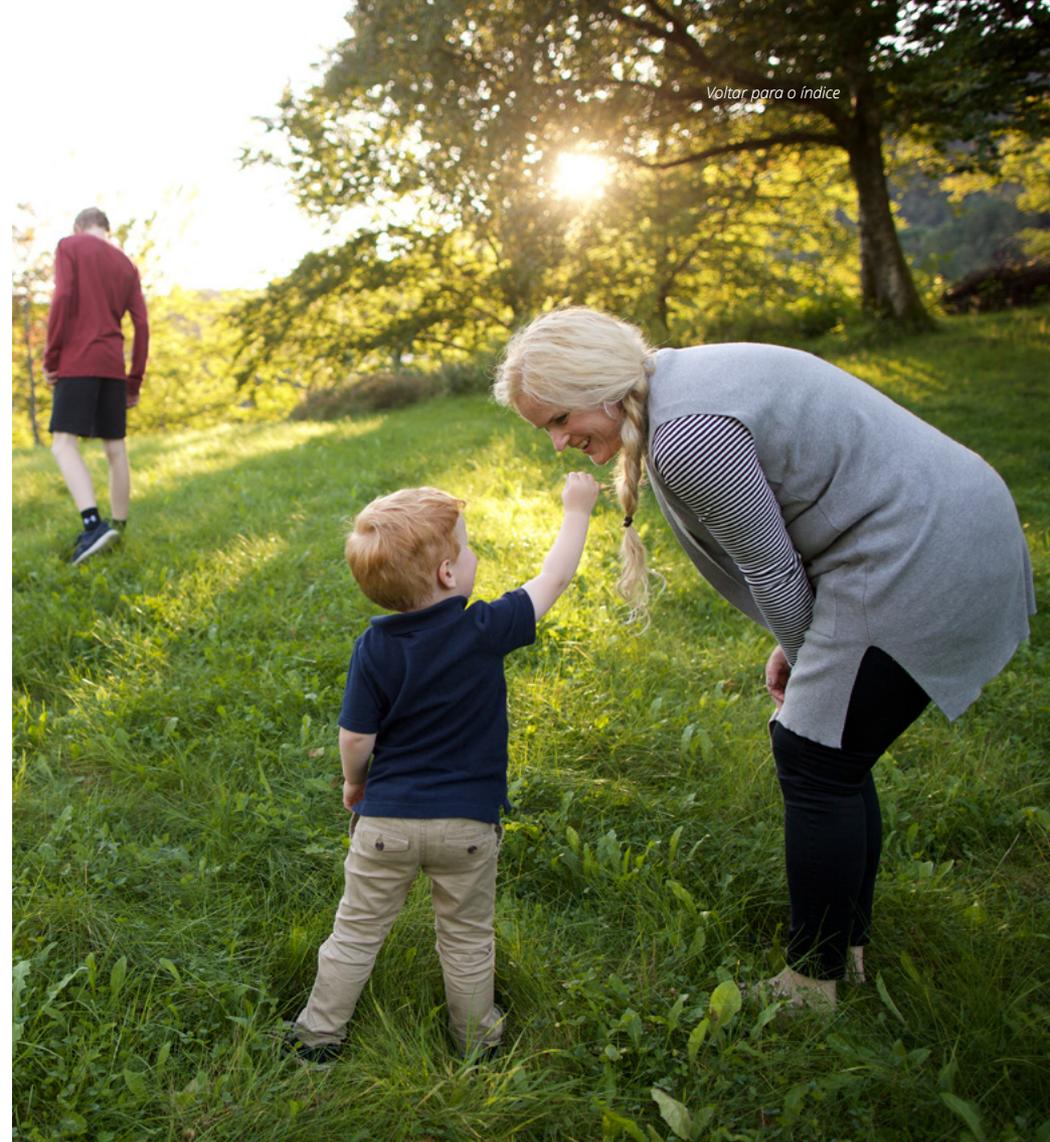
- ACOLHIMENTO
- SOLIDARIEDADE
- ABRANGÊNCIA
- **OBJETIVIDADE**
- HONESTIDADE E VERDADE
- ESPERANÇA
- HUMILDADE
- INSPIRAÇÃO



## Honestidade e verdade

Mostramos e falamos sobre o que significa se achegar a Cristo onde quer que vocês estejam. Usamos exemplos reais e envolventes. Representamos com precisão as histórias, as situações, os locais e a vida das pessoas. Não criamos um ideal artificial.

- ACOLHIMENTO
- SOLIDARIEDADE
- ABRANGÊNCIA
- OBJETIVIDADE
- **HONESTIDADE E VERDADE**
- ESPERANÇA
- HUMILDADE
- INSPIRAÇÃO



## Esperança

Compartilhamos a mensagem de amor, alegria e paz de Deus. Falamos das dificuldades da vida com esperança e propósito. Nossa comunicação não é artificialmente alegre, mas é confiante na alegria que Deus promete.

- ACOLHIMENTO
- SOLIDARIEDADE
- ABRANGÊNCIA
- OBJETIVIDADE
- HONESTIDADE E VERDADE
- **ESPERANÇA**
- HUMILDADE
- INSPIRAÇÃO



## Humildade

Tratamos todas as pessoas com respeito e dignidade. Expressamos gratidão, dando crédito e glória a Deus. Reconhecemos as falhas humanas, inclusive as nossas, e a importância do aprendizado. Confiamos na perfeição do plano de Deus.

- ACOLHIMENTO
- SOLIDARIEDADE
- ABRANGÊNCIA
- OBJETIVIDADE
- HONESTIDADE E VERDADE
- ESPERANÇA
- **HUMILDADE**
- INSPIRAÇÃO



[Voltar para o índice](#)

## Inspiração

Incentivamos o crescimento pessoal e compartilhamos uma visão do que estamos nos tornando ao seguirmos o exemplo de Jesus Cristo. Damos esperança às pessoas, incentivamos o crescimento pessoal e inspiramos ações honrosas. Nossas mensagens são importantes agora e para a eternidade.

- ACOLHIMENTO
- SOLIDARIEDADE
- ABRANGÊNCIA
- OBJETIVIDADE
- HONESTIDADE E VERDADE
- ESPERANÇA
- HUMILDADE
- **INSPIRAÇÃO**

A photograph of two young children, a girl and a boy, sitting on a stack of red bricks. The girl is on the left, wearing a red and white shirt, and the boy is on the right, wearing a blue polo shirt. They are both looking towards the camera. In the background, there are more stacks of bricks and a red motorcycle. The scene is outdoors on a dirt ground.

ATRIBUTOS DA COMUNICAÇÃO

Acolhimento · Solidariedade · Abrangência · Objetividade ·  
Honestidade e verdade · Esperança · Humildade · Inspiração



## Seção 2: Entender os filhos de Deus

## Seção 2: Entender os filhos de Deus

2.0 Entender os filhos de Deus.....	24
2.1 Compartilhar a experiência principal.....	26
2.2 Fazer perguntas e ouvir.....	27
2.3 Relacionar a verdade a cada um dos filhos de Deus.....	28
2.4 Usar valores universais.....	29
2.5 Desenvolver mensagens que ajudem as pessoas a sentir o amor de Deus.....	30



*Clique no índice anterior a fim de ir direto para a seção.*

## 2.0 Entender os filhos de Deus

A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias se comunica com todos os filhos de Deus. Cada pessoa é única e pode encontrar as verdades do evangelho de diversas maneiras, apreciá-las e aceitá-las.

---

*“Pois o Senhor Deus dá luz ao entendimento; porque fala aos homens de acordo com sua língua, para que compreendam.”*

2 NÉFI 31:3

Ao buscarmos entender as muitas necessidades e os interesses das pessoas em todo o mundo, o Espírito pode nos ajudar a desenvolver mensagens e experiências eficazes. Esta seção descreve diversas maneiras de entender os filhos de Deus, vendo-os por diferentes perspectivas. Comunicamos com as pessoas com mais eficiência quando entendemos quem elas são, suas experiências de vida e o que sabem sobre o evangelho.



## 2.1 Compartilhar a experiência principal

Nossa comunicação aponta para esta experiência principal: a Igreja ajuda todos os filhos de Deus a sentir Seu amor seguindo Jesus Cristo.



Jesus ensinou sobre o amor e os mandamentos de Deus de modo que as pessoas pudessem entender. Para algumas pessoas, Ele comparou as verdades do evangelho às ovelhas, aos peixes ou às circunstâncias do dia a dia. Para outras, Jesus ensinou usando a lei de Moisés. O Salvador apresentava Sua mensagem de modo que fosse envolvente e pessoal para o ouvinte. Seguimos esse padrão em nossas mensagens.

Ajudamos as pessoas a sentir o amor de Deus quando pensamos, em primeiro lugar, nas experiências e no entendimento das pessoas — o que pode ser muito diferente do nosso. Aprendemos sobre quem são e depois apresentamos mensagens e conteúdo de maneira que façam sentido para elas. Agimos com elas de acordo com suas circunstâncias e situações individuais.

## 2.2 Fazer perguntas e ouvir



Embora Jesus já saiba o que está no coração de uma pessoa, Ele demonstrou a importância de fazer perguntas e ouvir. Para nossas comunicações, podemos buscar informações a fim de conhecer o coração e a mente das pessoas, o que nos ajuda a ser mais solidários.

### **O exemplo do Salvador de ouvir as pessoas**

Depois da Crucificação, Jesus, sem ser reconhecido, juntou-se a dois discípulos que estavam na estrada a caminho de Emaús. Jesus perguntou por que estavam tão tristes. Embora Ele certamente soubesse a resposta, Jesus deixou Cleofas contar sua versão da morte do Salvador e os relatos da Ressurreição. Jesus ouviu essa perspectiva e depois respondeu às dúvidas específicas dos discípulos. (Ver [Lucas 24:13-48](#).) Fazer perguntas e ouvir a história de uma pessoa pode ajudar a entendê-la melhor, mesmo que você ache que já conhece a situação dela.

## 2.3 Relacionar a verdade a cada um dos filhos de Deus



Cada um dos filhos de Deus tem uma experiência de vida diferente, incluindo seus pontos de vista e perspectivas pessoais sobre religião e espiritualidade. A experiência de uma pessoa não é mais valiosa do que a de outra.

As pessoas também sentem a luz de Cristo e a influência do Espírito Santo de maneiras individuais. Por exemplo, algumas pessoas sentem intensa orientação proveniente de líderes e instituições religiosas. Em contraste, outras valorizam rituais familiares, em uma comunidade congregacional ou em maneiras que estabelecem uma conexão com a Deidade fora da religião formal.

Pesquisas sólidas informam e convidam à revelação. Em nossas comunicações, podemos ajudar as pessoas a ponderar sobre como os princípios do evangelho se aplicam a suas próprias experiências, situações, sentimentos e perguntas. Ao buscarmos entender perspectivas pessoais de maneira sincera e humilde, podemos ajudar as pessoas a vivenciar o evangelho de Jesus Cristo de maneiras que sejam significativas para elas.

## 2.4 Usar valores universais

Embora os filhos de Deus vivam em lugares diferentes, tenham circunstâncias de vida únicas e diferentes perspectivas sobre espiritualidade e religião, pesquisas mostram que as pessoas geralmente mantêm esses valores universais.



*Amor*

*Aceitação e inclusão*

*Conexão com a Deidade ou espiritualidade pessoal*

*Família*

*Comunidade*

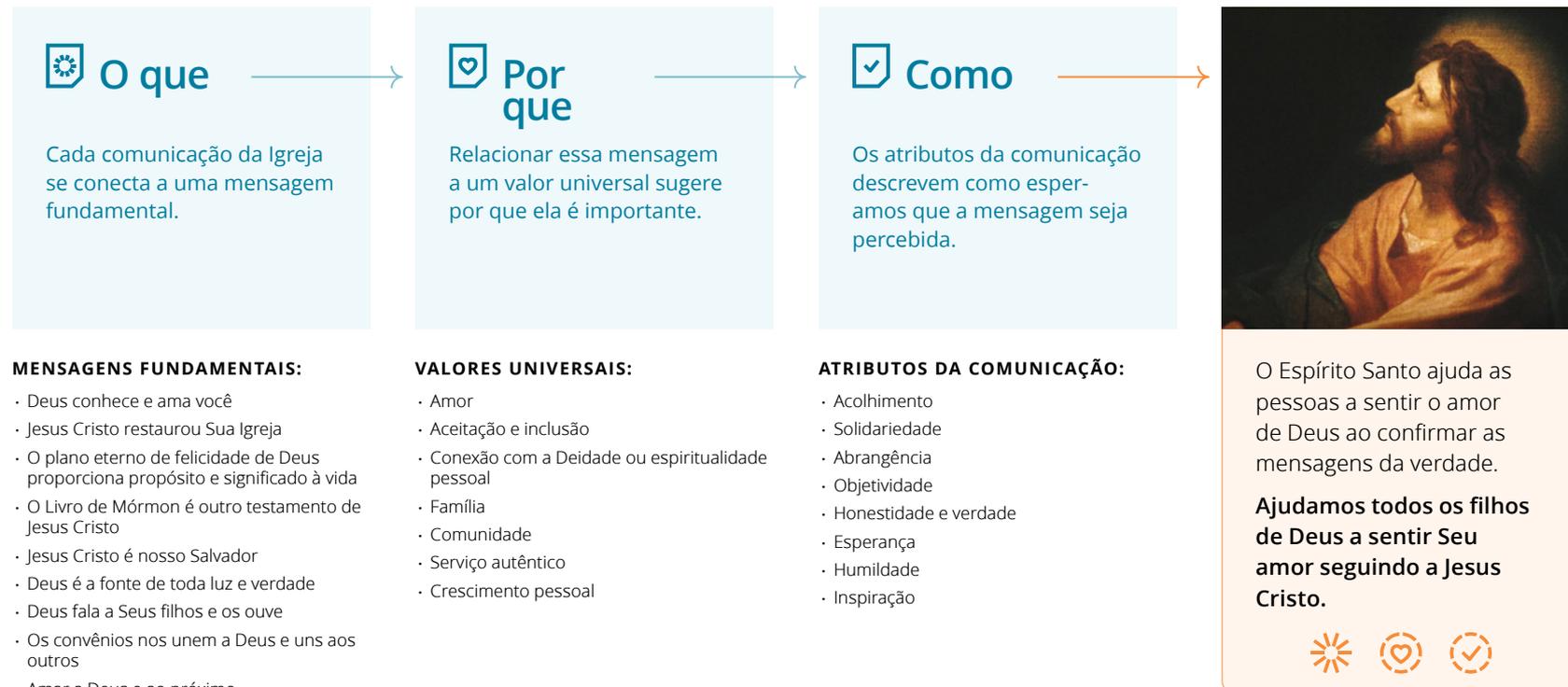
*Serviço autêntico*

*Crescimento pessoal*

Relacionar um ou mais desses valores ao seu tópico pode ser eficaz, especialmente ao abordar grandes grupos de pessoas que representam diversas idades, gêneros, origens e níveis de conhecimento.

## 2.5 Desenvolver mensagens que ajudem as pessoas a sentir o amor de Deus

Ao ensinar Seu evangelho, Jesus Cristo compartilhou verdades de uma maneira envolvente. O Salvador conhecia o coração das pessoas e Se comunicava de modo que as ajudava a se sentirem amadas por Ele e por nosso Pai Celestial. Queremos nos comunicar mais como o Salvador e ajudar as pessoas a sentir o amor de Deus. As mensagens fundamentais, os valores universais e os atributos da comunicação nos ajudam a fazer isso.



### MENSAGENS FUNDAMENTAIS:

- Deus conhece e ama você
- Jesus Cristo restaurou Sua Igreja
- O plano eterno de felicidade de Deus proporciona propósito e significado à vida
- O Livro de Mórmon é outro testamento de Jesus Cristo
- Jesus Cristo é nosso Salvador
- Deus é a fonte de toda luz e verdade
- Deus fala a Seus filhos e os ouve
- Os convênios nos unem a Deus e uns aos outros
- Amar a Deus e ao próximo
- A família é essencial ao plano de Deus

### VALORES UNIVERSAIS:

- Amor
- Aceitação e inclusão
- Conexão com a Deidade ou espiritualidade pessoal
- Família
- Comunidade
- Serviço autêntico
- Crescimento pessoal

### ATRIBUTOS DA COMUNICAÇÃO:

- Acolhimento
- Solidariedade
- Abrangência
- Objetividade
- Honestidade e verdade
- Esperança
- Humildade
- Inspiração



## Seção 3: Nossa voz

## Seção 3: Nossa voz

<b>3.0 Nossa voz</b> .....	<b>33</b>
<b>3.1 Criar uma voz reconhecível</b> .....	<b>34</b>
3.1.1 Atributos da comunicação da Igreja .....	35
3.1.2 Características da voz da Igreja .....	44
3.1.3 Considerações e alternativas para palavras específicas da Igreja .....	45
<b>3.2 Garantir a pureza doutrinária</b> .....	<b>48</b>
<b>3.3 Como planejar as comunicações</b> .....	<b>50</b>
3.3.1 O público-alvo .....	51
3.3.2 O propósito .....	54
3.3.3 A mensagem .....	55
3.3.4 O método de entrega .....	57
<b>3.4 Como usar o nome da Igreja</b> .....	<b>59</b>
<b>3.5 Recursos de estilo de redação</b> .....	<b>61</b>



*Clique no índice anterior a fim de ir direto para a seção.*

### 3.0 Nossa voz

Como líderes, funcionários e voluntários da Igreja, comunicamo-nos com muitas pessoas de diversas maneiras. O modo como compartilhamos nossas mensagens faz a diferença. *Queremos que cada comunicado soe familiar e represente a Igreja do Salvador.* Podemos ajudar os filhos de Deus a reconhecer a Igreja de Jesus Cristo quando todos seguimos os mesmos princípios de comunicação.

---

Esta seção do *Guia de Comunicação da Igreja* aborda o planejamento e a criação de comunicados. Ela define nossa voz, fornece os passos para o desenvolvimento de comunicados, explica o uso correto do nome da Igreja e especifica recursos adicionais.

### 3.1 Criar uma voz reconhecível

Neste guia de comunicação, a voz da Igreja se refere à escolha, distinta e unificada, do tom, do estilo e das palavras usadas em todos os comunicados da Igreja. Uma voz consistente ajuda as pessoas a identificar, reconhecer e entender os comunicados da Igreja. Também ajuda a Igreja a transmitir de modo consistente seus atributos da comunicação (ver item [1.4](#)).

Entender os atributos da comunicação pode ajudá-lo a tomar decisões sobre palavras, estilo e tom que garantem que sua mensagem esteja de acordo com a voz distinta da Igreja e seja significativa para os filhos de Deus e suas diferentes perspectivas (ver item [2.0](#)).

### 3.1.1 Atributos da comunicação da Igreja

Os comunicados da Igreja devem refletir esses atributos:

---

Clique em cada um dos exemplos à direita ou role pelas páginas a seguir para ver como a voz dos comunicados da Igreja pode transmitir os atributos da comunicação. Cada página dá um exemplo de como a voz e o tom podem influenciar a maneira como uma mensagem é compartilhada.



# Acolhimento

## CONSIDERE:

- ✓ Jornalistas, se estiverem pensando em participar de uma congregação local da Igreja, sejam bem-vindos! Agradecemos por reservarem um tempo para entender nossa religião. Lembrem-se de que as reuniões dominicais são reuniões de adoração, com um ambiente de amizade, sociabilidade e reverência. Se quiserem entrevistar os membros ou líderes locais, ou desejarem obter fotos ou vídeos para sua história, entrem em contato conosco.

## EM VEZ DE:

- ✗ As reuniões sacramentais da Igreja são reuniões sagradas nas quais fotos, vídeos e entrevistas formais não são adequados. Os representantes de mídia devem solicitar permissão das autoridades locais da Igreja.

VÁ PARA A SEÇÃO 1.4: ATRIBUTOS DA COMUNICAÇÃO ↗

# Solidariedade

## CONSIDERE:

- ✓ O casamento é um relacionamento eterno entre marido e mulher e forma o alicerce de uma família. Famílias fortes, estáveis, lideradas por um pai e uma mãe, são a âncora da sociedade. Nem todos terão a chance de se casar ou fazer parte de uma família tradicional, mas Deus prometeu que todos os Seus filhos fiéis receberão Suas bênçãos eternas.

## EM VEZ DE:

- ✗ Além de outros princípios e ordenanças, a exaltação depende do casamento. Cremos que o casamento é o relacionamento mais sagrado que pode existir entre um homem e uma mulher. Esse relacionamento sagrado influencia nossa felicidade hoje e na eternidade.

VÁ PARA A SEÇÃO 1.4: ATRIBUTOS DA COMUNICAÇÃO ↗

# Abrangência

## CONSIDERE:

- ✔ O profeta Isaías sugeriu que as atividades do Dia do Senhor não deveriam se concentrar em satisfazer nossos próprios prazeres (ver Isaías 58:13). Pense em maneiras de passar o Dia do Senhor visitando enfermos ou pessoas solitárias, demonstrando gratidão a Deus, fortalecendo o relacionamento com familiares e amigos ou aprendendo sobre o Salvador e Seu evangelho.

## EM VEZ DE:

- ✘ O profeta Isaías sugeriu que nos afastássemos de fazer nossa própria vontade no Dia do Senhor. Em vez de passear de barco, ir ao cinema ou a um restaurante, podemos fazer biscoitos e levar para os vizinhos, visitar uma casa de repouso ou assistir a vídeos da Igreja com a família.

VÁ PARA A SEÇÃO 1.4: ATRIBUTOS DA COMUNICAÇÃO ↗

# Objetividade

## CONSIDERE:

- ✓ cremos que todas as pessoas faziam parte da família de Deus antes desta vida em um estado que chamamos de *existência pré-mortal*. Os filhos de Deus nascem para obter um corpo mortal, aprender, ser testados e crescer durante a vida.

## EM VEZ DE:

- ✗ O plano universal de salvação estabelecido por Deus inclui o mundo espiritual preexistente. Enquanto morávamos lá, escolhemos vir a esta Terra para receber um corpo físico e enfrentar as provações e tribulações da mortalidade.

[VÁ PARA A SEÇÃO 1.4: ATRIBUTOS DA COMUNICAÇÃO ↗](#)

# Honestidade e verdade

## CONSIDERE:

- ✓ “Amo a ciência — como ela responde às perguntas logicamente. Mas vejo isso apenas como um conjunto de ferramentas. Na verdade, a ciência não é muito útil em questões como: ‘Sou feliz?’, ou ‘Tenho um bom relacionamento com minha esposa?’, ou ‘Deus me conhece?’ A espiritualidade é apenas uma maneira diferente de obter informações. Trata de diferentes aspectos de minha vida”.

*Este exemplo usa as palavras da própria pessoa.*

## EM VEZ DE:

- ✗ A profissão de Kevin Livingstone está alicerçada na ciência, mas ele separa de seu testemunho as informações acadêmicas nas quais ele se baseia. Ele percebeu que perguntas de valor eterno são respondidas espiritualmente.

*Este exemplo resume as palavras de alguém.*

VÁ PARA A SEÇÃO 1.4: ATRIBUTOS DA COMUNICAÇÃO ↗

# Esperança

## CONSIDERE:

- ✓ Como parte de Seu plano, Deus promete que podemos viver com alegria com Ele e com nossa família novamente. O ideal é que mães e pais ensinem o evangelho de Jesus Cristo a seus filhos por meio de palavras e pelo exemplo. Parentes e amigos podem ser uma influência poderosa para o bem a todos os membros da família. Aprender os princípios da fé, do arrependimento, do batismo, de receber o dom do Espírito Santo e vivê-los traz alegria a todos os filhos de Deus.

VÁ PARA A SEÇÃO 1.4: ATRIBUTOS DA COMUNICAÇÃO ↗

## EM VEZ DE:

- ✗ Os pais são ordenados a ensinar o evangelho aos filhos. O Senhor advertiu que, se os pais não ensinarem seus filhos a respeito da fé, do arrependimento, do batismo e do dom do Espírito Santo, o pecado cairá sobre a cabeça dos pais.

# Humildade

## CONSIDERE:

- ✓ O Salvador continua a criar oportunidades que permitem que os missionários santos dos últimos dias compartilhem Seu evangelho em novos lugares. Por meio da influência do Espírito Santo, muitos dos filhos de Deus passaram a amar e a aceitar as verdades eternas.

## EM VEZ DE:

- ✗ Os missionários santos dos últimos dias são uma força poderosa para a Igreja, abrindo novas áreas do mundo a fim de trazer as pessoas ao evangelho verdadeiro.

VÁ PARA A SEÇÃO 1.4: ATRIBUTOS DA COMUNICAÇÃO ↗

# Inspiração

## CONSIDERE:

- ✓ Ao se preparar para ensinar, pense nas pessoas de sua classe e no que elas precisam saber. Pondere sobre a lição e como pode ser significativa para a vida delas hoje. Se você não entende muito bem um tópico específico ou não sabe a resposta para uma pergunta, não há problema em dizer isso. Use as escrituras e as palavras dos profetas e apóstolos atuais para testificar do que você sabe. Você ainda pode compartilhar uma mensagem poderosa ao seguir a orientação do Espírito Santo.

## EM VEZ DE:

- ✗ Antes de ensinar, estude a lição cuidadosamente, inclusive as escrituras adicionais relacionadas. Nunca especule sobre a doutrina ou os tópicos que você não entende. Ensine apenas o que tiver fundamento nas escrituras, nas palavras dos profetas e apóstolos atuais e na confirmação do Espírito Santo.

VÁ PARA A SEÇÃO 1.4: ATRIBUTOS DA COMUNICAÇÃO ↗

## 3.1.2 Características da voz da Igreja

Além dos atributos da comunicação, as características a seguir ajudam a unificar nossas comunicações.

### Escrituras e doutrina

Use a doutrina correta apresentada nas escrituras e conforme ensinada pelos profetas. Use palavras das escrituras para ensinar a doutrina. Explique com clareza termos desconhecidos ou complexos.

### Mensagem focada

Torne a mensagem concisa e focada. Não use palavras extras que dificultem o entendimento da mensagem. A simplicidade mantém a clareza da mensagem (ver item [3.3.3](#)).

### Organização clara

Apresente as ideias em uma ordem lógica e evite parágrafos longos. Todos os parágrafos e seções devem endossar a mensagem (ver item [3.3.3](#)).

### Palavras e tom envolventes

Embora a linguagem formal seja apropriada para a Igreja do Senhor, as comunicações não devem ser excessivamente complexas, rígidas ou impessoais. Evite interpretações de um tom institucional aplicando atributos da comunicação como *objetividade*, *acolhimento* e *humildade*. Comunique verdades “claras e preciosas” como o Salvador fez em uma linguagem simples e amorosa (ver [1 Néfi 19:3](#)).

### Diretrizes de estilo

A formatação e o estilo das mensagens ajudam a identificar a comunicação da Igreja. Cite fontes confiáveis, enfatizando as escrituras, os ensinamentos dos profetas vivos e as publicações atuais da Igreja. Siga as diretrizes gerais de sua área quanto ao uso e estilo de redação e gramática. A [seção 3.5](#) inclui uma lista de recursos de estilo da Igreja para redação e edição.

### 3.1.3 Considerações e alternativas para palavras específicas da Igreja

Embora não seja completa, esta lista inclui exemplos de jargões comumente usados na Igreja e opções alternativas de palavras que aplicam características de voz da Igreja.

Tenha cuidado ao usar termos que podem ser desconhecidos para pessoas com diferentes experiências com a Igreja. Use palavras e frases que sejam claras, doutrinariamente corretas e compreendidas por todos. Aplique os princípios explicados para escolhas de palavras como essas em todas as comunicações da Igreja.

PALAVRAS OU TERMOS ESPECÍFICOS DA IGREJA:	CONSIDERAÇÕES E ALTERNATIVAS:
Expição de Jesus Cristo	A Expição do Salvador inclui Seu sofrimento no Getsêmani, Sua morte na cruz e Sua Ressurreição. Evite usar “Expição” sem fazer referência ao Salvador.
Autoridades gerais	Procure usar <i>líderes da Igreja, profetas, apóstolos</i> e assim por diante, ou simplesmente <i>homens</i> ou <i>portadores do sacerdócio</i> . Por exemplo: “Vários portadores do sacerdócio podem participar de uma ordenança”. Ver também “Sacerdócio” a seguir.
Irmão e irmã	Esses termos são adequados para a comunicação dentro das organizações da Igreja. No entanto, não devemos presumir que pessoas de outras religiões queiram ser abordadas com esses termos ou que queiram se dirigir a nós dessa maneira.
Converso	Pense na possibilidade de usar <i>membro novo da Igreja</i> .
Terra	A linguagem e os conceitos relacionados à vida pré-mortal, a outros mundos e à eternidade podem ser desconhecidos para as pessoas. Por exemplo, “esta Terra”, “este mundo” e “vida terrena” podem parecer estranhos ou confusos. Procure usar frases como <i>durante sua vida</i> .
O plano e a obra de Deus	Atribua corretamente o plano de Deus para a humanidade. O Pai Celestial é o autor do plano de felicidade. Como o Salvador de todos, Jesus Cristo torna possível o plano de Deus. Os membros da Igreja de Cristo participam da obra de de Deus acerca da salvação e exaltação.
Referências à Trindade	Pondere sobre o equilíbrio e a exatidão ao mencionar apenas um membro da Trindade. Embora as comunicações representem a Igreja de Cristo, o Pai Celestial e o Espírito Santo têm papéis essenciais que não devem ser negligenciados.



PALAVRAS OU TERMOS ESPECÍFICOS DA IGREJA:	CONSIDERAÇÕES E ALTERNATIVAS:
Irmandade	Como substantivo, procure usar o termo <i>amizade</i> . Como verbo, pense em <i>conhecer</i> , <i>fazer amizade</i> ou <i>se relacionar</i> .
Pais celestiais	Jesus Cristo ensinou todos a orar ao Pai Celestial (ver <a href="#">Mateus 6:9</a> ; <a href="#">3 Néfi 18:19</a> ). <i>Pais celestiais</i> não deve ser usado quando se referir à adoração ou à comunicação com a Deidade.
Espírito Santo	Embora <i>Espírito Santo</i> seja o termo mais comumente usado na Igreja, membros de outras religiões cristãs podem estar mais familiarizados com <i>Santo Espírito</i> . Considere seu público ao determinar qual usar.
Inativo	Tenha cuidado ao classificar as pessoas. Se necessário, você pode usar <i>membros menos ativos da Igreja</i> , <i>pessoas que não participam atualmente de atividades da Igreja</i> , etc.
Pesquisador	O termo <i>pesquisador</i> pode parecer impessoal e, em alguns casos, pode implicar sigilo ou ação do governo. Pense em usar <i>visitante</i> , <i>vizinho</i> , <i>amigo</i> , etc.
Membros	Evite usar o termo <i>membro</i> de modo a implicar superioridade ou inclusão privilegiada. Todas as pessoas são filhos de pais celestiais, e a Igreja e o evangelho de Jesus Cristo são para todos. Se for adequado em seu contexto, pense em usar palavras como <i>congregação</i> , <i>pessoas batizadas</i> , <i>próximo</i> , <i>pessoas de nossa religião</i> , etc.
Nome das organizações da Igreja	Ao falar com pessoas que não conhecem as organizações da Igreja, inclua explicações simples. Por exemplo: “A Sociedade de Socorro é a organização da Igreja para as mulheres”; “A Primária inclui aulas dominicais para crianças”; “Ministração é uma maneira de nossos membros cuidarem uns dos outros”.
Não membro	Este termo pode soar negativo e excludente. Pense em usar <i>todas as pessoas</i> , <i>os filhos de Deus</i> , <i>pessoas de outras religiões</i> , <i>amigos</i> , etc.



PALAVRAS OU TERMOS ESPECÍFICOS DA IGREJA:	CONSIDERAÇÕES E ALTERNATIVAS:
Presidir	Fique atento aos usos inadequados de <i>presidir</i> que possam sugerir superioridade ou uma presunção incorreta de autoridade. Presidir significa servir e ensinar com bondade, mansidão e amor cristão (ver <i>Manual Geral</i> , item <a href="#">4.2.4</a> ).
Sacerdócio	Como substantivo, o <i>sacerdócio</i> é a autoridade e o poder de Deus. Deus concede a autoridade e o poder do sacerdócio a Seus filhos e Suas filhas para ajudar a realizar Sua obra (ver <i>Manual Geral</i> , item <a href="#">3.0</a> ). Ele não deve ser usado como sinônimo para <i>homens</i> , <i>portadores do sacerdócio</i> , <i>irmãos</i> ou <i>quórum</i> . O <i>sacerdócio</i> pode ser um adjetivo para descrever essas e outras palavras.
Autoridade do sacerdócio, poder do sacerdócio	A autoridade do sacerdócio é a autorização dada por alguém que tenha as chaves do sacerdócio para representar Deus e agir em Seu nome (ver <i>Manual Geral</i> , item <a href="#">3.4</a> ). O poder do sacerdócio é o poder de Deus e flui a todos os membros da Igreja à medida que cumprem os convênios que fizeram com Ele (ver <i>Manual Geral</i> , item <a href="#">3.5</a> ).
Inspiração	Você pode usar <i>sentimento</i> ou <i>impressão espiritual</i> .
Proselitismo, fazer proselitismo	Você pode usar <i>ensinar o evangelho</i> .
Reativar	Fora da cultura da Igreja, <i>reativar</i> pode parecer de natureza clínica ou química. Escolha palavras que se concentrem na pessoa em questão, como <i>incluir</i> , <i>convidar</i> , <i>apoiar</i> ou <i>incentivar</i> .
Referência	No trabalho missionário, uma <i>referência</i> deve indicar a ação de encaminhar alguém aos missionários. Não deve ser usado para indicar uma pessoa.
Superlativos	Seja cauteloso ao usar termos como <i>sempre</i> , <i>nunca</i> ou <i>o mais importante</i> . Evite sugerir que certos indivíduos ou aspectos do evangelho são mais importantes do que outros.
Nós	Lembre-se de que o evangelho de Jesus Cristo tem o objetivo de abençoar todas as pessoas e não apenas os membros da Igreja. Evite insinuar superioridade ou dar a impressão de que a Igreja exclui pessoas. Quando apropriado, você pode usar <i>o mundo</i> , <i>todas as pessoas</i> , <i>os filhos de Deus</i> , etc.

## 3.2 Garantir a pureza doutrinária

Temos a oportunidade de compartilhar a doutrina pura de Jesus Cristo de muitas maneiras. Elas podem variar de um manual de normas ou de lições até uma simples imagem para exposição ou postagem nas mídias sociais. Seja qual for o formato, nossas comunicações devem convidar o poder confirmador do Espírito Santo.



## 3.2 Garantir a pureza doutrinária (continuação)

Nossas mensagens comunicam o evangelho de Jesus Cristo com pureza e de modo a convidar o poder de conversão do Espírito Santo. Os princípios a seguir nos ajudam a cumprir esse padrão.

<p><b>1. Centralizado no Pai Celestial, em Jesus Cristo e em Sua doutrina fundamental</b></p> <p>Os materiais e as mensagens devem estar centralizados no Pai Celestial, em Jesus Cristo e em Sua doutrina fundamental para ajudar as pessoas a aumentar sua fé Neles, converter-se a Eles e receber as bênçãos da vida eterna (ver <a href="#">1 Néfi 15:14</a>).</p>	<p><b>2. Autoridade escriturística e profética</b></p> <p>Os materiais e as mensagens devem ser fundamentados nas escrituras e nos ensinamentos dos profetas atuais, que são as fontes de doutrina autorizadas pelo Senhor (ver <a href="#">Doutrina e Convênios 28:2-3, 8</a>).</p>	<p><b>3. Várias testemunhas</b></p> <p>Os materiais e as mensagens devem comunicar somente os ensinamentos doutrinários que o Senhor estabeleceu por meio de várias testemunhas autorizadas (ver <a href="#">2 Néfi 11:3</a>).</p>
<p><b>4. Evitar especulações</b></p> <p>Os materiais e as mensagens não devem ir além do que Deus estabeleceu e devem evitar o erro por meio de especulações, opiniões pessoais ou ideias mundanas (ver <a href="#">3 Néfi 11:32, 40</a>).</p>	<p><b>5. Edificação espiritual</b></p> <p>Os materiais e as mensagens devem estar em harmonia com a influência do Espírito Santo no conteúdo e no tom para ajudar as pessoas a vivenciar a edificação espiritual (ver <a href="#">Doutrina e Convênios 50:21-23</a>).</p>	<p><b>6. Equilíbrio doutrinário</b></p> <p>Os materiais e as mensagens devem dar o devido enfoque ou peso a um ponto de doutrina no contexto das verdades relacionadas ao evangelho para evitar distorções e ajudar a cultivar um entendimento equilibrado (ver <a href="#">Mateus 23:23</a>).</p>
<p><b>7. Clareza</b></p> <p>Os materiais e as mensagens devem comunicar a verdade com clareza para aumentar o entendimento e evitar possíveis mal-entendidos (ver <a href="#">Alma 13:23</a>).</p>	<p><b>8. Exatidão</b></p> <p>Os materiais e as mensagens devem comunicar apenas informações precisas e confiáveis para informar e fortalecer os filhos de Deus e proteger a integridade da Igreja do Senhor (ver <a href="#">Doutrina e Convênios 93:24</a>).</p>	<p><b>9. Sem distrações</b></p> <p>Os materiais e as mensagens devem evitar elementos que possam desviar a atenção das verdades do evangelho que devem comunicar (ver <a href="#">Doutrina e Convênios 6:36</a>).</p>

### 3.3 Como planejar as comunicações

Para planejar o conteúdo de sua comunicação, identifique claramente quatro fatores: seu público-alvo, o propósito, a mensagem e o método de entrega.



### 3.3.1 O público-alvo

Quem são as pessoas que você quer que vejam ou ouçam esse comunicado? Use as diretrizes da [seção 2](#) para definir um grupo de filhos de Deus, o *público-alvo*, o mais específico possível. Pense nos desafios, desejos e objetivos deles em relação à mensagem que você está comunicando. A idade, o grau de instrução e o entendimento atual sobre o assunto vão afetar as palavras que você vai escolher. O que seu público-alvo precisa para *pensar, sentir e fazer*? Como você pode servi-los em suas necessidades?

Observe o exemplo do comunicado à direita usando uma mensagem focada.

**Identifica o público-alvo e suas necessidades.**

#### O que esperar das reuniões da Igreja

##### O que esperar das reuniões da Igreja

Os santos dos últimos dias dão as boas-vindas a todos os visitantes em suas reuniões de adoração e, para as pessoas que estão vindo pela primeira vez, as informações a seguir podem ser úteis.

Além de atividades e de programas durante a semana, os membros se reúnem aos domingos para uma reunião “sacramental” de adoração, na qual homens, mulheres e membros mais jovens fazem orações e discursos, cantam hinos e **participam do sacramento (semelhante a receber a comunhão)**. Há também aulas que ensinam a doutrina e as escrituras para os jovens e os adultos como parte do período de duas horas.

**Explica termos desconhecidos.**

**Subtítulos identificam o que o público-alvo precisa saber.**

Normalmente, as reuniões são bem acolhedoras e amigáveis, por isso um visitante não deve se sentir intimidado ao entrar em um templo com um rosto novo, se aproxima para cumprimentar, cumprimenta os membros e se prepara para entrar a reunião ou a classe certa.

##### Onde essas reuniões acontecem?

Na maioria das áreas, a própria capela é um edifício facilmente reconhecível com o nome da Igreja na fachada. Dentro do templo, há uma sala para a reunião “sacramental”, com bancas para os membros e visitantes. Há também salas para aulas e outras atividades.

### 3.3.1 O público-alvo (continuação)



Pense no nível de leitura e conhecimento linguístico de seu público-alvo, que pode ser diferente do seu. A capacidade de ler e escrever pode ser influenciada por educação formal, sexo, saúde, idade, situação social e econômica, cultura e outros fatores. Lembre-se de que ser capaz de ler o texto não é o mesmo que ser capaz de entendê-lo. A compreensão pode ser influenciada pelo comprimento da frase, pela complexidade e dificuldade do significado da palavra.

Por exemplo, a capacidade de leitura da média de adultos nos Estados Unidos é do nível da oitava série. Em alguns locais, alguns adultos podem ter habilidades de leitura maiores ou mais limitadas. As crianças e os jovens entendem um vocabulário mais simples do que os adultos.

Você pode verificar o nível de leitura do conteúdo em inglês (com base nos níveis de notas dos Estados Unidos) usando ferramentas como estas:

- [readabilityformulas.com](http://readabilityformulas.com)
- [datayze.com](http://datayze.com)
- [Função de leitura do Microsoft Word](#)

### 3.3.1 O público-alvo (continuação)

#### Práticas recomendadas:

Faça uma lista de informações específicas sobre seu público-alvo (ver item [2.0](#)), incluindo detalhes como:

- **Geografia:** área, país, idioma, herança cultural, ambiente físico.
- **Demografia:** idade, sexo, situação familiar, raça, etnia, nível educacional, proficiência em tecnologia, experiência na Igreja.
- **Perspectivas:** atitudes, valores, interesses, receptividade, necessidades.
- **Psicografia:** personalidade, valores, atitudes, interesses.

Ao escrever um comunicado que será traduzido:

- Envolve a equipe de tradução desde o início para evitar erros comuns.
- Antes de apresentar um novo conceito, palavra ou nome de iniciativa, peça à equipe de tradução que confirme a viabilidade mundial.
- Use exemplos mundiais ou forneça o contexto cultural. Por exemplo, fazer referência a um “home run” não é algo mundialmente compreendido.
- Evite usar expressões idiomáticas e piadas que não possuem uma boa tradução.

- *Evite usar acrônimos, como CTR.* Na medida do possível, posicione o comunicado de modo a atender às necessidades de alfabetização e torne o conteúdo e os exemplos relevantes para o público-alvo.

Ao escrever para um público-alvo com capacidade limitada de linguagem:

- *Mantenha o conteúdo em um nível de leitura adequado (veja os links na página 52).*
- *Escreva frases curtas, geralmente com menos de 10 palavras.*
- *Priorize as palavras curtas com uma ou duas sílabas quando possível.*
- *Defina palavras específicas da Igreja — por exemplo: “Primária, as aulas da Escola Dominical para crianças”.*
- *Evite palavras difíceis, expressões idiomáticas e linguagem figurativa ou de base cultural.*
- *Use palavras que mostrem sequência (como primeiro, próximo, por último) e relações de causa e efeito (como assim, porque, portanto).*



## 3.3.2 O propósito

Pense no motivo de seu esforço específico de comunicação. Identifique qual categoria melhor se encaixa em seu propósito: **informar**, **inspirar**, **convidar** ou **ensinar**. Embora um comunicado possa se encaixar em mais de uma categoria, defina qual é a principal. Use as práticas recomendadas para alcançar esse objetivo. Por exemplo, um vídeo para **informar** o público-alvo sobre um evento de história da família pode primeiramente dar destaque à data, ao horário e ao local e depois pode também **inspirar** o público.

### Informar

Essa categoria passa ao público-alvo informações sobre um evento, um produto ou uma diretriz. Os comunicados para informar podem ser compartilhados dentro de uma organização da Igreja ou com o público.

#### Comunicados para informar geralmente:

- Compartilham informações com base em fatos.
- Usam links e citam referências quando apropriado.
- Mantêm o texto curto e direto.

#### Exemplos:

- Memorando para funcionários da Igreja
- Anúncio de eventos
- Treinamento para funcionários

### Inspirar

Os comunicados nessa categoria ajudam a edificar a fé em Deus e em Jesus Cristo e a buscar o crescimento pessoal de seu público-alvo. Esse tipo de comunicação eleva, incentiva, convida a influência do Espírito e cria um sentimento de inclusão. Esses comunicados devem ser acolhedores e pessoais, em vez de formais ou institucionais.

#### Comunicados para inspirar geralmente:

- Ajudam as pessoas a sentir o amor de Deus.
- Apresentam as verdades do evangelho e convidam o Espírito Santo.
- Mostram os princípios do evangelho em ação.
- Concentram-se nas pessoas e nas histórias.
- Usam as próprias palavras das pessoas quando apropriado.

#### Exemplos:

- Página de música do Strive to Be
- Publicações nas redes sociais

### Convidar

Essa categoria pede a seu público-alvo que faça algo em uma data ou hora específica. Um comunicado para convidar também pode informar e inspirar, mas geralmente é usado apenas por um tempo limitado.

#### Comunicados para convidar geralmente:

- Incluem detalhes específicos: datas, horários, links, próximos passos.
- São específicos e persuasivos.
- Incentivam à ação.

#### Exemplos:

- E-mail convidando as pessoas a se cadastrarem na RootsTech.
- Publicação nas mídias sociais convidando as pessoas a assistir à conferência geral.

### Ensinar

Essa categoria ensina princípios e verdades do evangelho que aproximam as pessoas de Deus e as ajudam a entender melhor Seu plano. Também pode informar, inspirar e convidar, mas incentiva especificamente o crescimento e a descoberta individuais.

#### Comunicados que ensinam geralmente:

- Ajudam as pessoas a entender a doutrina verdadeira.
- Usam uma linguagem clara e acessível.
- Incentivam a ponderação, o debate e a aplicação.
- Ajudam a preparar as pessoas para sentirem o Espírito.

#### Exemplos:

- Artigos de revistas
- *Vem, e Segue-Me*
- *Manual Geral*

### 3.3.3 A mensagem

Qual é a mensagem de seu comunicado? A *mensagem* se refere à ideia principal de um comunicado. Deve sempre estar relacionada a uma das mensagens fundamentais (ver item [1.3](#)).

Por exemplo, a mensagem de um podcast pode ser sobre as bênçãos do arrependimento e como elas se relacionam com o plano eterno de felicidade de Deus. A mensagem de um comunicado à imprensa pode ser o anúncio de uma nova série de seminários on-line sobre história da família, que reforça que a família é essencial ao plano de Deus.

Concentrar-se em apenas uma mensagem torna seu comunicado mais forte. O que especificamente você quer que o público-alvo se lembre desse comunicado? Assegure-se de que a mensagem se relacione com a experiência principal que queremos que as pessoas tenham:

**Ajudamos todos os filhos de Deus a sentir Seu amor seguindo a Jesus Cristo.**

#### Exemplos:

##### ARTIGO DE REVISTA

**Mensagem:** *O arrependimento pode fazer parte de sua vida todos os dias.*

**Plano:** *O artigo definirá o que é arrependimento; citará escrituras sobre o poder do arrependimento para todos os filhos de Deus; indicará maneiras de pensar regularmente sobre o arrependimento e agir de acordo, e compartilhará experiências de pessoas que sentem paz, alegria e uma proximidade mais forte com o Salvador por meio do arrependimento.*

##### COMUNICADO À IMPRENSA

**Mensagem:** *Os seminários on-line gratuitos de história da família começam no mês que vem.*

**Plano:** *O comunicado para a imprensa compartilhará o propósito e o conteúdo dos novos seminários on-line, fornecerá informações de acesso e explicará que a história da família pode ajudar a conectar entes queridos uns aos outros e ao Pai Celestial e ao Salvador por meio de convênios sagrados.*

#### Práticas recomendadas:

- Antes de criar um comunicado, defina a mensagem em uma ou duas frases.
- Concentre-se em uma mensagem para ser mais eficaz.
- Assegure-se de que todo o texto do comunicado tenha como base a mensagem principal.
- Certifique-se de explicar claramente as verdades do evangelho para que os leitores possam facilmente entender essas verdades.

**Mensagem principal clara**

## O que esperar das reuniões da Igreja

### O que esperar das reuniões da Igreja

Os santos dos últimos dias dão as boas-vindas a todos os visitantes em suas reuniões de adoração e, para as pessoas que estão vindo pela primeira vez, as informações a seguir podem ser úteis.

Além de atividades e de programas durante a semana, os santos dos últimos dias se reúnem aos domingos para uma reunião “sacramental” de aproximadamente uma hora, na qual homens, mulheres e membros mais jovens fazem orações e discursos, cantam hinos e participam do sacramento (semelhante a receber a comunhão). Há também aulas que ensinam a doutrina e as escrituras para os jovens e os adultos como parte do período de duas horas.

Normalmente, os santos dos últimos dias convidam amigos e familiares para as reuniões.

**O conteúdo se concentra nas reuniões da Igreja, não na adoração no templo ou em outras reuniões ou atividades.**

### O que esperar das reuniões da Igreja

Os santos dos últimos dias dão as boas-vindas a todos os visitantes em suas reuniões de adoração e, para as pessoas que estão vindo pela primeira vez, as informações a seguir podem ser úteis.

Além de atividades e de programas durante a semana, os santos dos últimos dias se reúnem aos domingos para uma reunião “sacramental” de aproximadamente uma hora, na qual homens, mulheres e membros mais jovens fazem orações e discursos, cantam hinos e participam do sacramento (semelhante a receber a comunhão). Há também aulas que ensinam a doutrina e as escrituras para os jovens e os adultos como parte do período de duas horas.

Normalmente, os santos dos últimos dias convidam amigos e familiares para as reuniões.

**As verdades do evangelho são cuidadosamente explicadas com palavras simples. Em vez de usar uma palavra potencialmente desconhecida para a reunião sacramental, o termo reuniões da Igreja fornece uma descrição simples para as pessoas que não são de nossa religião.**

### O que acontece durante a reunião?

A seguir está uma análise da principal reunião chamada “reunião sacramental” (o termo usado nos dias para “comunhão”):

- A pessoa que lidera a reunião — geralmente o **bispo da ala** ou o **presidente de ramo**, ou possivelmente um de seus dois **conselheiros** — veste um terno, não mantos eclesiásticos. Fora o fato de estar ao púlpito, ele é como qualquer outro membro da Igreja.
- Após os anúncios para a congregação, os membros começarão a reunião com um **hino**. Os hinos da Igreja incluem tanto aqueles familiares aos ouvidores quanto hinos adicionais.

### Os visitantes precisam participar?

Não. Os visitantes podem simplesmente se sentar e desfrutar da reunião, ou cantar hinos se o material for fornecido se desejarem. Não há necessidade de levar algum material.

**Subtítulos e textos de apoio explicam a mensagem principal.**

### Como as pessoas se vestem?

Você pode usar qualquer roupa com a qual se sentir à vontade para assistir a uma reunião da Igreja. Os homens geralmente usam terno e gravata e as mulheres usam vestido ou saia. As crianças se vestem da mesma maneira.

### E os templos?

### 3.3.4 O método de entrega

Pense no formato de entrega de sua mensagem. O método de entrega (e-mail, página da internet, publicação nas mídias sociais, manual impresso, roteiro de discurso e muitos outros) vai orientar como sua mensagem é elaborada.



#### E-mail

Texto curto e simples é mais eficaz no comunicado por e-mail. Se você precisa apresentar muitas informações, coloque no e-mail um link para uma página da internet ou use tópicos e um formato simples. Ao escrever, familiarize-se com o propósito dos canais de e-mail da Igreja.

#### Práticas recomendadas de redação por e-mail:

- Inclua uma linha de assunto que seja clara e apresente previamente a mensagem.
- Seja breve. Muitos leitores não percorrerão um e-mail inteiro.
- Use vocabulário simples.
- Acrescente um atrativo visual ao e-mail quando apropriado.

#### Aplicativo digital ou internet

O formato de um comunicado via internet ou aplicativo dependerá da mensagem (ver item [3.3.3](#)), da necessidade do público-alvo (ver item [3.3.1](#)) e do propósito (ver item [3.3.2](#)). Pense em como o público-alvo verá a comunicação digital. Por exemplo, em dispositivos móveis pequenos é mais fácil ler listas com tópicos ou parágrafos curtos e concisos do que longos parágrafos narrativos. Ao escrever, familiarize-se com o propósito do site da Igreja.

#### Práticas recomendadas de redação para páginas da internet e aplicativos digitais:

- Use títulos e subtítulos para organizar o texto.
- Use frases e parágrafos curtos.
- Quando apropriado, escolha subtítulos, seções numeradas, tópicos ou outros métodos para facilitar a digitalização do conteúdo. (Por exemplo, subtítulos em um esboço de lição digital ajudam a direcionar os alunos para um parágrafo.)
- Use tópicos e listas, que são mais legíveis do que os parágrafos. Os itens apresentados em uma lista são mais fáceis de lembrar do que uma série separada por vírgulas.

### 3.3.4 O método de entrega (continuação)

#### Publicação nas mídias sociais

O texto das mensagens nas mídias sociais geralmente complementa imagens ou vídeos. Todos os elementos das mensagens das mídias sociais devem ser pensados durante o desenvolvimento de conteúdo. A duração e o propósito da publicação precisarão ser adaptados para as diferentes plataformas. Ao escrever, familiarize-se com o propósito dos canais de mídia social da Igreja.

##### Práticas recomendadas de redação para mídias sociais:

- Inclua as informações e palavras-chave mais importantes perto do início. Algumas plataformas de mídia social inicialmente exibem apenas a primeira parte do texto completo.
- Quando apropriado, use mídia visual (ver item 4.2.6). As publicações com imagens geralmente têm um desempenho melhor do que as publicações somente com texto.
- Evite palavras, frases e outros jargões que possam ser desconhecidos para as pessoas que não são de nossa religião.
- As mensagens nas mídias sociais devem facilitar a conexão com a Deidade e uns com os outros. As mensagens devem ser transmitidas de modo normal e natural para as plataformas em que forem publicadas.

#### Impressão

O formato de impressão abrange uma ampla gama de tipos de comunicados — por exemplo, panfletos, folhetos, rótulos, cartazes ou livros. O comunicado impresso pode ser longo (como um manual do currículo) ou curto (como um cartão da amizade). Pense no tamanho físico do comunicado ao preparar o texto.

##### Práticas recomendadas de redação para impressão:

- Organize o texto com clareza. Para cartazes ou folhetos, talvez você precise apenas de um cabeçalho principal e alguns parágrafos. Para livros ou manuais, pense nas seções, nos capítulos e em vários níveis de cabeçalho.
- Quando apropriado, escolha subtítulos, seções numeradas, tópicos ou outros métodos para facilitar a digitalização do conteúdo. (Por exemplo, subtítulos em um esboço de lição digital ajudam a direcionar os alunos para um parágrafo.)
- Se o tamanho físico do comunicado for pequeno (como um rótulo ou cartão), use menos texto para que possa ser lido com mais facilidade.

#### Vídeo

O vídeo pode ser independente (como um vídeo de história da Bíblia) ou dar suporte a um esforço de comunicação (como um vídeo em um esboço de lição). Pense em como o público-alvo verá o vídeo e o contexto para seu uso. O propósito, o canal e o tempo de atenção do público-alvo podem ajudar a determinar a duração e o conteúdo apropriados de um vídeo.

##### Práticas recomendadas de redação para um vídeo:

- Planeje um roteiro e um esboço sequencial de ilustrações para orientar o conteúdo e a produção de vídeo. Vídeos eficazes têm início, desenvolvimento e conclusão com propósito.
- Trabalhe com o cinegrafista ou editor para considerar uma variedade de visualizações de câmera, ângulos, telas de título e assunto. Conforme apropriado, considere animação, vídeo complementar (B-roll), texto sobreposto ou outros tratamentos para envolver o espectador.
- Escreva legendas para apoiar as necessidades de acessibilidade e aumentar a compreensão e a retenção.
- Considere o tamanho e a quantidade de texto que pode ser claramente visto e compreendido quando visualizado em dispositivos móveis.

## 3.4 Como usar o nome da Igreja

O nome formal da Igreja, A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias, é uma parte essencial de sua identidade global. É o nome dado pelo Salvador (ver [Doutrina e Convênios 115:4](#)). Como cada palavra do nome da Igreja é significativa, o uso adequado do nome pode ajudar as pessoas a entender melhor o que é a Igreja (ver item [1.1](#)). Para mais informações sobre o nome da Igreja, ver item [4.2.3](#).

---

Saiba mais sobre a importância e o significado do nome da Igreja usando estes recursos:

- Russell M. Nelson, [“O nome correto da Igreja”](#), Conferência Geral de Outubro de 2018
- Russell M. Nelson, [“Pois assim será a minha igreja chamada”](#), Conferência Geral de Abril de 1990
- Dallin H. Oaks, [“Testemunhas de Cristo”](#), Conferência Geral de Outubro de 1990
- M. Russell Ballard, [“A importância de um nome”](#), Conferência Geral de Outubro de 2011

Sempre use as [diretrizes atuais](#) ao mencionar o nome da Igreja.

### 3.4 Como usar o nome da Igreja (continuação)



Carl Heinrich Bloch (1834–1890), *Cristo Curando um Enfermo em Betesda*, 1883, óleo sobre tela, 2,55 X 3,18 metros. Museu de Arte da Universidade Brigham Young, obra adquirida com fundos fornecidos por Jack R. e Mary Lois Wheatley, 2001.

#### Siga estas diretrizes em todos os comunicados da Igreja:

- Use sempre o nome completo da Igreja na primeira referência: “A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias”.
- Depois que o nome completo for usado, considere os termos mais curtos “a Igreja” ou “a Igreja de Jesus Cristo”.
- Evite usar “Igreja Mórmon”, “Igreja SUD” ou “Igreja dos Santos dos Últimos Dias”.
- “Membros de A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias” ou “membros da Igreja de Jesus Cristo” são as maneiras preferidas de se referir aos membros da Igreja. “Santos dos últimos dias” é o termo de preferência mais curto. Usar “santos” também é aceitável. Os termos “mórmons” e “SUD” não devem ser usados.
- “Mórmon” é corretamente utilizado em nomes próprios como o Livro de Mórmon, o profeta Mórmon ou quando usado em expressões históricas como “trilha mórmon”.
- O termo “mormonismo” não é aceitável ao descrever a doutrina e os ensinamentos da Igreja. “O evangelho restaurado de Jesus Cristo” é preferido.
- Quando se referir a pessoas ou organizações atuais que praticam a poligamia, diga que A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias não está afiliada a grupos polígamos.
- Quando se referir a pessoas ou organizações atuais que têm crenças semelhantes às da Igreja, diga que a Igreja não está afiliada a esses grupos.

## 3.5 Recursos de estilo de redação

O uso correto da gramática e as práticas consistentes de estilo de redação ajudam nossas mensagens a ter uma aparência e uma leitura similar em todo o mundo. Todos os que preparam os comunicados da Igreja devem fazer referência a esses guias e recursos.

### **Guias de estilo do departamento e da área**

Siga as diretrizes gerais de seu departamento ou sua área quanto ao uso e estilo de redação e de gramática.

[\*Chicago Manual of Style, 18ª ed.\*](#)

[\*Associated Press Stylebook \(Newsroom\)\*](#)

### [\*Guia de Estilo da Igreja para Editores e Escritores\*](#)

Essas diretrizes complementam os guias de estilo do departamento e da área com uso específico da Igreja.

[\*“Guia de Estilo — O Nome da Igreja”\*](#)

### **Guias para os canais de mídia da Igreja**

Muitos canais de comunicação da Igreja têm recursos específicos para definir as diretrizes e o propósito de cada canal. Se você estiver criando material para um canal não listado aqui, entre em contato com o Departamento de Comunicação da Igreja à medida que as diretrizes do canal continuam a ser desenvolvidas.

- [\*Diretrizes para as mídias sociais\*](#)
- [\*Diretrizes para o YouTube\*](#)



## Seção 4: Design visual

## Seção 4: Design visual

<b>4.0 Design visual</b> .....	<b>64</b>	4.2.2.0 Visão geral do logotipo .....	84	mensagem .....	103
<b>4.1 Princípios de design visual</b> .....	<b>65</b>	4.2.2.1 Logotipos em idiomas .....	85	4.2.7.1 Gráfico de luz: Introdução ..	104
<b>4.2 Elementos de design visual</b> .....	<b>66</b>	4.2.2.2 Espaço livre e tamanho		4.2.7.2 Gráfico de luz:	
4.2.1 Símbolo .....	67	mínimo do logotipo .....	86	Configurações .....	105
4.2.1.0 Anatomia do símbolo .....	69	4.2.2.3 Cores do logotipo: Imagem		4.2.7.3 Gráfico de luz: Construção ..	106
4.2.1.1 Configurações do símbolo ..	70	positiva .....	87	4.2.7.4 Gráfico de luz:	
4.2.1.2 Visão geral do símbolo .....	71	4.2.2.4 Cores do logotipo: Imagem		Posicionamento .....	107
4.2.1.3 Símbolos em idiomas .....	72	invertida .....	88	4.2.7.5 Gráfico de luz: Cor .....	109
4.2.1.4 Símbolo: Uso para		4.2.2.5 Logotipo: Advertências .....	89	4.2.7.6 Gráfico de luz: Escala .....	110
impressão .....	73	4.2.3 Nome da Igreja .....	90	4.2.7.7 Gráfico de luz: Proporções	
4.2.1.5 Símbolo: Uso digital .....	74	4.2.4 Tipografia .....	91	diferentes .....	112
4.2.1.6 Símbolo: Knockout de		4.2.5 Cores .....	92	4.2.8 Grade .....	113
imagem sobre cores .....	75	4.2.6 Imagens .....	93	4.2.8.0 Grade de impressão .....	113
4.2.1.7 Exceções simplificadas do		4.2.6.0 Pai Celestial e Jesus Cristo ..	94	4.2.8.1 Grade digital .....	114
símbolo .....	76	4.2.6.1 Estilo de vida .....	95	<b>4.3 Design intencional</b> .....	<b>115</b>
4.2.1.8 Símbolo: Espaço livre .....	77	4.2.6.2 Eventos e locais sagrados ..	96	4.3.0 Comunicações formais .....	119
4.2.1.9 Cores do símbolo: Imagem		4.2.6.3 Retratos da liderança .....	97	4.3.1 Comunicações menos formais ..	120
positiva .....	78	4.2.6.4 Liderança ministrando .....	98	4.3.2 Flexibilidade na formalidade ..	121
4.2.1.10 Cores do símbolo: Imagem		4.2.6.5 Ilustração .....	99	<b>4.4 Modelos</b> .....	<b>122</b>
invertida .....	79	4.2.6.6 Imagens a serem evitadas ..	100	<b>4.5 Como obter arquivos</b> .....	<b>135</b>
4.2.1.11 Símbolo: Advertências .....	80	4.2.7 Inspiração visual: Luz .....	101		
4.2.2 Logotipo .....	83	4.2.7.0 Como iluminar nossa			

 *Clique no índice anterior a fim de ir direto para a seção.*

## 4.0 Design visual

A identidade visual da Igreja tem uma função importante na representação do reino de Deus. Ela pode ajudar as pessoas a saberem rapidamente que uma comunicação é da Igreja do Salvador. Ao usar um conjunto habitual de elementos visuais, criamos uma aparência consistente que as pessoas podem reconhecer e associar a experiências inspiradoras, acolhedoras e centralizadas em Cristo.

### Observação da Seção 4:

*As diretrizes e especificações desta seção explicam como usar os elementos visuais da identidade da Igreja. Eles são usados por pessoas aprovadas para criar materiais oficiais da Igreja.*

Esta seção explica como aplicar nossa identidade visual para criar materiais de comunicação inspirados, reconhecíveis e legalmente defensáveis. Esses padrões de design são essenciais para alcançar uma presença visual poderosa, consistente e de proteção para a Igreja em todo o mundo.

*“Esta é minha obra e minha glória: Levar a efeito a imortalidade e vida eterna do homem.”*

[MOISÉS 1:39](#)

## 4.1 Princípios de design visual

Os elementos visuais e padrões desta seção se baseiam nos mesmos princípios que guiam quem somos como discípulos de Jesus Cristo. Podemos compartilhar luz e verdade, mensagens fundamentais e atributos da comunicação visualmente, assim como os expressamos por meio de nossa voz e nosso tom. Usar os princípios da [seção 1](#) como inspiração visual fortalece a maneira como podemos ajudar as pessoas a sentir o amor de Deus seguindo a Jesus Cristo.

---

*“Mandei ao mundo meu eterno convênio, para ser uma luz para o mundo, para ser um modelo para meu povo (...) e preparar o caminho diante de mim.”*

[DOCTRINA E CONVÊNIOS 45:9](#)

## 4.2 Elementos de design visual

A identidade visual da Igreja usa vários elementos de design para transmitir o conceito de luz e comunicar nossos atributos da comunicação.

O uso consistente de nossos padrões visuais ajuda os filhos de Deus a reconhecer a Igreja do Salvador. Também nos ajuda a minimizar os custos de produção e, ao mesmo tempo, a fortalecer a proteção legal de nossa identidade.

Se você não encontrar diretrizes que abordem seu projeto específico, consulte o [Escritório de Identidade Visual](#). Identificar necessidades não

atendidas pode ajudar outras comunicações e fortalecer ainda mais nossos esforços.

### **Escritório de Identidade Visual**

*E-mail: [VIO@ChurchofJesusChrist.org](mailto:VIO@ChurchofJesusChrist.org)*

*Telefone: 1-801-240-1302*

## 4.2.1 Símbolo

**Em sua mensagem proferida na noite de sábado da Conferência Geral de Abril de 2020, o presidente Russell M. Nelson apresentou um novo símbolo da Igreja que destaca “o lugar central que Jesus Cristo ocupa em Sua Igreja”.**

De modo muito apropriado, o símbolo inclui o nome da Igreja — A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias — inscrito em uma pedra de esquina. Conforme ensinado desde os tempos bíblicos, Jesus Cristo é “a principal pedra da esquina” de Sua Igreja ([Efésios 2:20](#)).

“No centro do símbolo, encontra-se uma representação da estátua de mármore de Thorvaldsen: o *Christus*”, disse o presidente Nelson. “Ela retrata o Senhor ressuscitado e *vivo* estendendo os braços para receber todos os que se achegarem a Ele.

Simbolicamente, Jesus Cristo está de pé sob um arco. O arco nos relembra o Salvador ressuscitado saindo do túmulo no terceiro dia após Sua Crucificação.”

Ele também disse que o novo símbolo vai parecer familiar a todos os que identificam o evangelho restaurado com o Cristo vivo e ressurreto.

“O símbolo será agora usado como um identificador visual nos materiais, nas notícias e nos eventos oficiais da Igreja. Ele vai lembrar a todos que esta é a Igreja do Salvador e que tudo o que fazemos, como membros de Sua Igreja, é centralizado em Jesus Cristo e em Seu evangelho.”

---

### [TRECHO DA LIAHONA DE MAIO DE 2020](#)

Presidente Russell M. Nelson, “Abrir os céus em busca de ajuda”, *Liahona*, maio de 2020



O presidente Nelson anuncia o novo símbolo da Igreja na Conferência Geral de Abril de 2020.

- ✓ Em resposta ao anúncio do presidente Nelson, a seção 4.2.1 foi criada a fim de comunicar diretrizes para a implementação do novo símbolo.

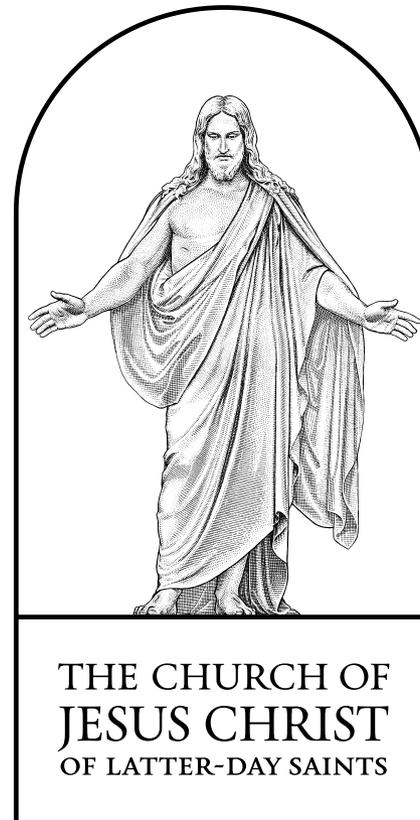
## 4.2.1 Símbolo (continuação)

O símbolo de A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias representa o Salvador, Sua Igreja e Sua obra na Terra. O símbolo serve para identificar rapidamente a Igreja, bem como seus produtos e serviços.

O símbolo substitui o logotipo da Igreja como identificador visual oficial. Todos os novos comunicados da Igreja devem usar o símbolo ou o logotipo, seguindo as diretrizes aprovadas. As aplicações anteriores do logotipo da Igreja serão substituídas com o tempo.

*“O símbolo será agora usado como um identificador visual nos materiais, nas notícias e nos eventos oficiais da Igreja. Ele vai lembrar a todos que esta é a Igreja do Salvador e que tudo o que fazemos, como membros de Sua Igreja, é centralizado em Jesus Cristo e em Seu evangelho.”*

Russell M. Nelson, [“Abrir os céus em busca de ajuda”](#), Conferência Geral de Abril de 2020.



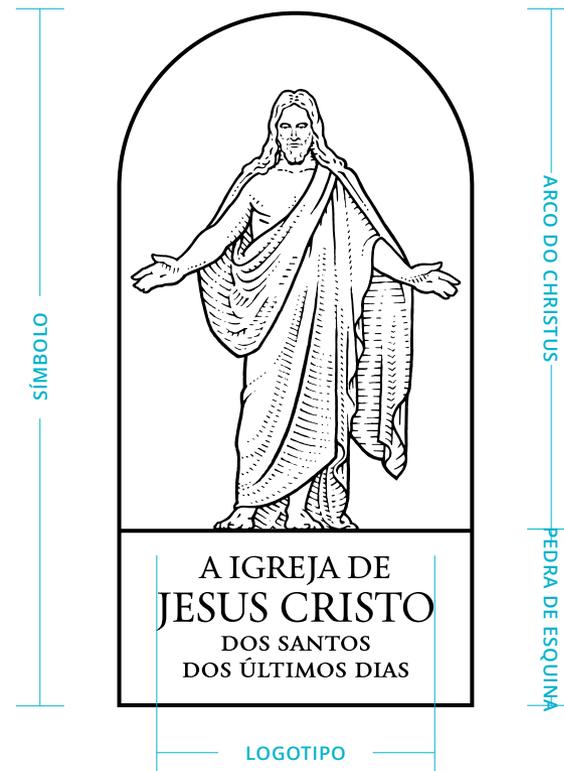
SÍMBOLO DE ALTA-FIDELIDADE

### 4.2.1.0 Anatomia do símbolo

O símbolo enfatiza o nome de Jesus Cristo e Seu papel central em tudo o que a Igreja faz. O nome da Igreja está gravado em uma pedra de esquina de formato retangular. Esse formato faz referência ao fato de que o próprio Jesus Cristo é a principal pedra de esquina. O centro do símbolo é uma semelhança da estátua de mármore de Thorvaldsen: o *Christus*. Jesus não é uma estátua sobre um pedestal, mas o Cristo vivo na pedra angular que leva Seu nome revelado para Sua Igreja restaurada. Jesus está sob o arco, como um lembrete de quando deixou o sepulcro três dias após sua morte.

Juntos, a pedra de esquina, o logotipo e o arco do *Christus* formam o símbolo oficial da Igreja. Siga as diretrizes desta seção para o uso adequado do símbolo.

SÍMBOLO DE BAIXA-FIDELIDADE



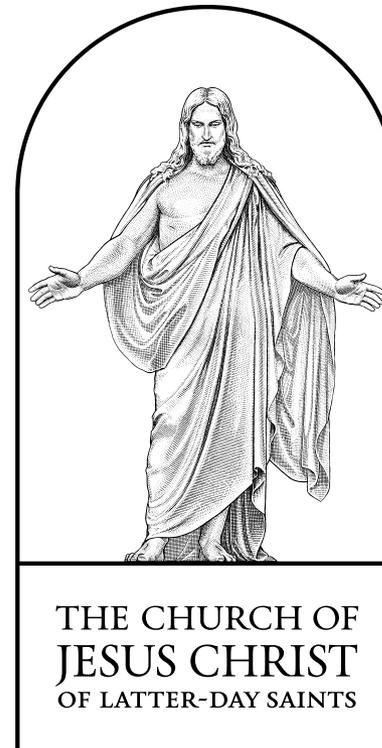
### 4.2.1.1 Configurações do símbolo

Para identificar a Igreja de maneira eficaz e adequada, o símbolo deve ser claro e legível. O tamanho do símbolo, a aplicação e o método de reprodução afetarão a qualidade de como o símbolo é representado.

Para atender a todos os tipos de uso, o símbolo está disponível em duas configurações, apresentando o arco do *Christus* em dois níveis de detalhe. Cada configuração (alta e baixa-fidelidade) possui diretrizes de tamanho e aplicação aprovadas para manter a integridade da ilustração do símbolo. Essas configurações estão disponíveis nas versões-padrão e knockout (ver item [4.2.1.6](#)). As páginas a seguir incluem diretrizes para uso impresso e digital.

*“[O símbolo] retrata o Senhor ressuscitado e vivo estendendo os braços para receber todos os que se achegarem a Ele.”*

Russell M. Nelson, [“Abrir os céus em busca de ajuda”](#), Conferência Geral de Abril de 2020.



SÍMBOLO DE ALTA-FIDELIDADE



SÍMBOLO DE BAIXA-FIDELIDADE

## 4.2.1.2 Visão geral do símbolo

### Uso do símbolo

Como identificador visual oficial da Igreja, o símbolo deve ser usado somente em itens aprovados para publicação pelo Escritório de Identidade Visual (VIO). O VIO atua sob a autoridade da Divisão de Propriedade Intelectual do Departamento de Correlação da Igreja. Os materiais que usam o símbolo podem incluir manuais, guias, formulários, embalagens de vídeo e discos, sites, etc. Qualquer exceção para a publicação de material sem o símbolo da Igreja deve ser aprovada pelo VIO.

Em geral, o símbolo da Igreja não é usado em materiais produzidos pelas unidades locais ou em qualquer forma pessoal, comercial ou promocional. Usar o símbolo da Igreja sem a aprovação do VIO pode levar à deturpação da Igreja e pode causar problemas legais.

Para obter mais informações sobre o uso adequado do símbolo e nome da Igreja, consulte o *Manual Geral*, item [38.8.8](#).

### Uso dos direitos autorais

Todos os produtos oficiais da Igreja devem incluir o símbolo da Igreja (ou o logotipo em certos casos; ver item [4.2.2.0](#)) e um aviso de direitos autorais aprovado. Entre em contato com o VIO para obter os formatos de notificação de direitos autorais aprovados.

### Uso do nome

O nome escrito da Igreja não substitui o símbolo da Igreja. Consulte o item [4.2.3](#) para ver as aplicações apropriadas do nome da Igreja, inclusive as diretrizes visuais.

### Diretrizes gerais

Ao usar o símbolo, tenha estes princípios em mente:

- **Apresentação visual.** *Mantenha a integridade do símbolo, incluindo sua tipografia, sua ilustração, seu peso visual e sua disposição (ver item [4.2.1.1](#)).*
- **Facilidade de identificação.** *Ajude as pessoas a identificar a Igreja usando o símbolo em tamanho adequado e contraste suficiente (ver item [4.2.1.8–11](#)).*
- **Consistência.** *Proteja o reconhecimento legal mundial do nome e símbolo da Igreja.*

### Obter arquivos de símbolos (ver item [4.5](#))

Use somente arquivos de símbolos aprovados pelo VIO. Não tente recriar nenhuma parte do símbolo sozinho.

Os arquivos de símbolos podem ser atualizados de tempos em tempos. Acesse os arquivos para cada uso a partir do sistema de gerenciamento de ativos apropriado a fim de garantir que você tenha a versão mais recente. Vincule cada arquivo de símbolo ao seu destino de origem

para que as atualizações automáticas possam ser aplicadas. Não salve o símbolo da Igreja como um arquivo independente que pode ser usado à vontade.

Arquivos de símbolos em vários formatos podem ser baixados do sistema de gerenciamento de ativos designado (ver item [4.5](#)). Se um formulário for exibido ao baixar os arquivos, informe a finalidade do uso do símbolo.

Se você tiver problemas para acessar esses arquivos, entre em contato com o VIO.

### Variações de idioma

O símbolo foi traduzido para mais de 110 idiomas e continuam a ser adicionadas mais variações de idioma. Cada versão foi criada para manter o mesmo peso visual.

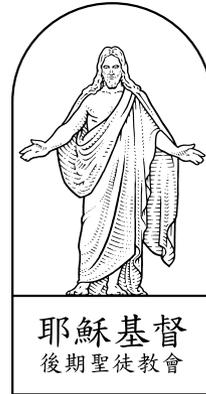
Ao criar um produto que será adaptado para vários idiomas, use todas as versões de símbolos na mesma porcentagem do tamanho original. Ver item [4.4](#) para exemplos.

Um nome e um código de idioma são atribuídos para cada versão do símbolo da Igreja, o que ajudará a encontrar os arquivos corretos no sistema de gerenciamento de ativos atribuído (ver item [4.5](#)).

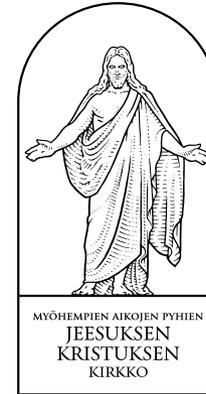
### 4.2.1.3 Símbolos em idiomas

O símbolo foi criado para mais de 110 idiomas. Variações de idioma adicionais serão fornecidas à medida que os arquivos forem criados.

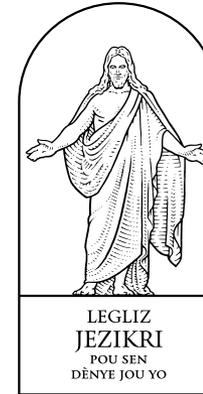
✓ *Todos os conjuntos de símbolos aprovados em idiomas podem ser acessados usando os sistemas de gerenciamento de ativos da Igreja (ver item 4.5).*



CHINÊS



FINLANDÊS



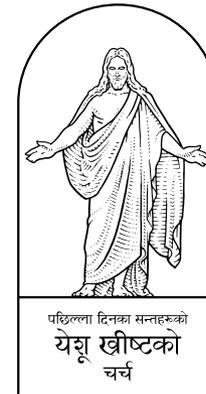
HAITIANO



JAPONÊS



MALAIALA



NEPALÊS



PERSA



POLONÊS

## 4.2.1.4 Símbolo: Uso para impressão

Ao usar o símbolo em um ambiente de impressão, use a configuração de baixa-fidelidade e mantenha as seguintes diretrizes:

- Use um gráfico vetorial (EPS) do símbolo sempre que possível.
- Em aplicações com letras pequenas, a ilustração pode se tornar escura e pouco clara. Para evitar isso, use a versão adequada do símbolo.
- O símbolo deve ser usado como uma assinatura digna representando a Igreja do Senhor. Na maioria dos casos, é um elemento de suporte na página.
- Não utilize o símbolo se o logotipo contido nele não estiver legível. Em vez disso, use apenas um logotipo maior.

Devido à variedade de canais de distribuição, trabalhe com o VIO para garantir que você esteja usando o símbolo correto em seu projeto.

### Símbolo de baixa-fidelidade

Largura mínima: 2,06 cm

EXEMPLOS DE APLICAÇÕES:

[Manual](#)

[Convite](#)

[Cartaz e faixa](#)

[Comunicados e memorandos oficiais](#)

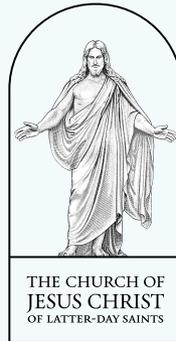


## 4.2.1.5 Símbolo: Uso digital

### Símbolo de alta-fidelidade

EXEMPLOS DE APLICAÇÕES:

[Página de fechamento oficial](#)  
[Publicação nas mídias sociais](#)



### Símbolo de baixa-fidelidade

EXEMPLOS DE APLICAÇÕES:

[Site](#)



### Símbolo simplificado

EXEMPLOS DE APLICAÇÕES:

[Páginas de mídia social](#)  
[Aplicativo Biblioteca do Evangelho](#)  
[Ícones favoritos](#)



- ✓ *O símbolo é facilmente legível em muitas aplicações impressas, mas pode ser muito pequeno para ser lido em algumas aplicações digitais (ver item [4.2.1.7](#)).*

Ao usar o símbolo em um ambiente digital, mantenha as seguintes diretrizes:

- Use um gráfico vetorial (EPS) do símbolo sempre que possível.
- O símbolo de alta-fidelidade deve ser evitado em pequenas aplicações digitais a fim de evitar que a ilustração se torne escura e pouco clara.
- Esteja ciente de como o tamanho do arquivo afeta o desempenho do site. Otimize o arquivo para tornar o tamanho o menor possível sem afetar a qualidade visual. O símbolo de baixa-fidelidade proporcionará o melhor desempenho digital.
- O símbolo é um elemento de apoio e deve ser usado como uma assinatura digna representando a Igreja do Senhor.
- Não utilize o símbolo se o logotipo contido nele não estiver legível. Em vez disso, use apenas um logotipo maior.

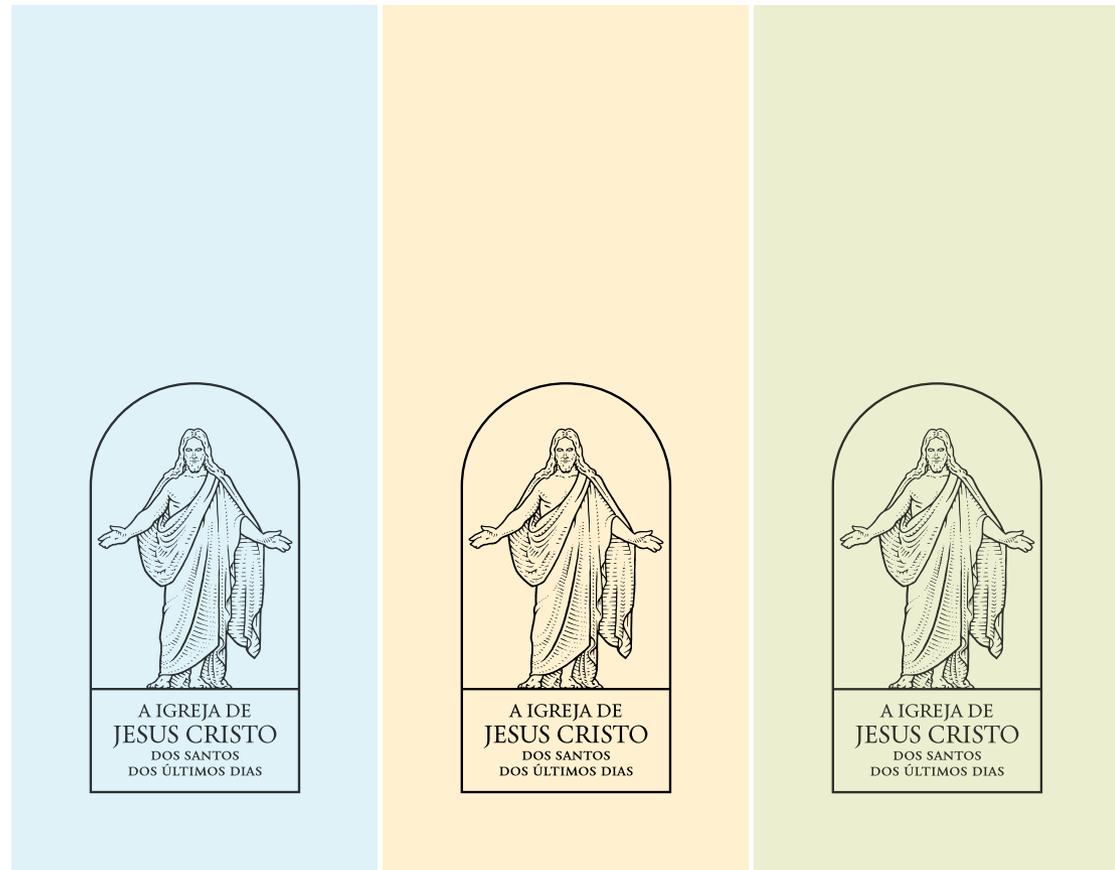
*Devido à variedade de canais de distribuição, trabalhe com o VIO para garantir que você esteja usando o símbolo correto em seu projeto.*

### 4.2.1.6 Símbolo: Knockout de imagem sobre cores

Na versão knockout, a figura *Christus* tem um fundo branco, enquanto o traço do arco, os detalhes do *Christus* e o logotipo são produzidos em preto.

As versões knockout do símbolo estão disponíveis em ambas as configurações. Assim como os símbolos de imagem positiva e invertida, o símbolo knockout permite que uma cor de fundo apareça dentro do arco que envolve a figura branca do *Christus*.

Ao usar a versão do símbolo knockout, mantenha contraste suficiente entre o plano de fundo e o símbolo. A opacidade da versão do símbolo knockout pode ser reduzida para 80 por cento (igual a Cinza 40) para suavizar a cor do traço; no entanto, isso também reduzirá a opacidade da figura do *Christus*. A figura do *Christus* deve manter uma aparência branca.



### 4.2.1.7 Exceções simplificadas do símbolo

Algumas aplicações do símbolo usam uma representação simplificada de Cristo e não usam a pedra de esquina ou o logotipo devido a restrições de tamanho. Essas exceções foram aprovadas pelo VIO. Não use o símbolo simplificado para nenhuma aplicação além daquelas listadas à direita.



#### Aplicações digitais do símbolo simplificado

[Páginas de mídia social](#)

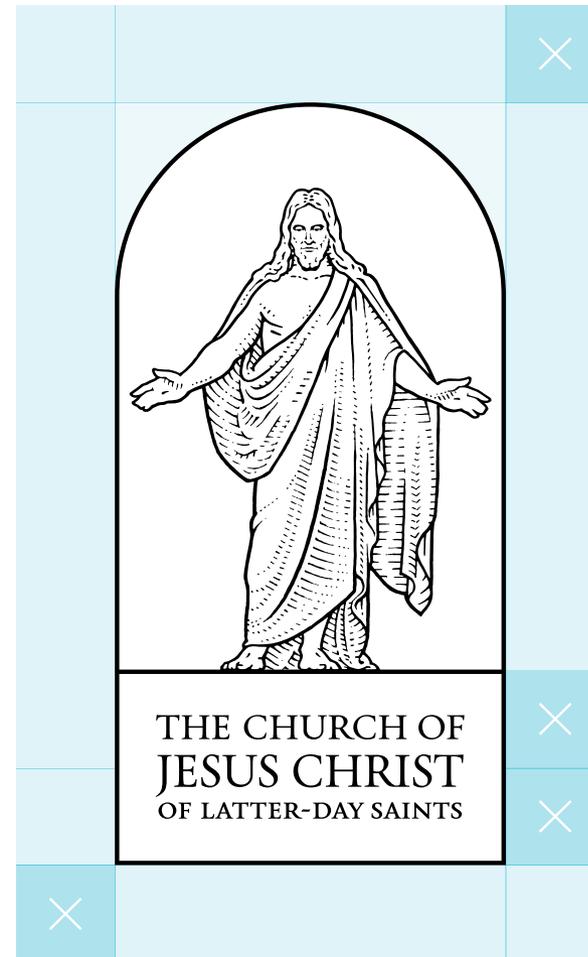
[Aplicativo Biblioteca do Evangelho](#)

[Ícones favoritos](#)

### 4.2.1.8 Símbolo: Espaço livre

Uma quantidade mínima de espaço livre deve sempre circundar o símbolo da Igreja. Isso mantém a integridade visual do símbolo. Ele nunca deve ser preenchido por outros elementos, como texto, títulos, símbolos, ilustrações ou fotografias.

O símbolo deve ter uma quantidade mínima de espaço livre (x) em todos os lados. A medida de "x" equivale à metade da altura da pedra de esquina. Observe que a medida de "x" não varia de idioma para idioma. Quaisquer exceções devem ser aprovadas pelo VIO.



### 4.2.1.9 Cores do símbolo: Imagem positiva

O símbolo da Igreja pode ser reproduzido em preto ou em uma cor aprovada da paleta de cores (ver item [4.2.5](#)). Escolha cores que ofereçam contraste suficiente (geralmente cores 25 e superiores) ao símbolo e seu plano de fundo. Use de discrição ao selecionar as cores para se adequar ao público-alvo e ao propósito da comunicação. Tenha em mente a natureza sagrada do Salvador e o nome de Sua Igreja.

#### Planos de fundo

O símbolo pode ser colocado sobre um padrão sutil. No entanto, o padrão não deve continuar dentro do símbolo. Tenha em mente a natureza sagrada do Salvador e o nome de Sua Igreja.

#### Contraste mínimo

Mantenha sempre uma diferença de valor de pelo menos 50 por cento na cor ou luminosidade entre o símbolo e seu plano de fundo.

✓ *Nunca use mais de uma cor ou valor, porque isso prejudica a legibilidade e a integridade do símbolo.*



### 4.2.1.10 Cores do símbolo: Imagem invertida

Ao inverter o símbolo a partir de um plano de fundo colorido, use apenas o arquivo criado para essa finalidade. Quando invertido, o símbolo (que inclui o logotipo) é sempre branco.

#### Planos de fundo

Nunca use mais de uma cor ou valor como plano de fundo, porque isso pode prejudicar a legibilidade e a integridade do símbolo. Se os padrões de fundo, as texturas ou as imagens que aparecem dentro do símbolo estiverem visualmente muito carregados, permita que apenas a cor de fundo primária preencha o símbolo (ver item [4.2.1.11](#)). Tenha em mente a natureza sagrada do Salvador e o nome de Sua Igreja.

#### Contraste mínimo

Sempre inverta o símbolo de uma cor, um padrão ou uma imagem de fundo com contraste suficiente. Deve haver pelo menos 50 por cento de diferença na cor ou luminosidade entre o símbolo e seu plano de fundo.



## 4.2.1.11 Símbolo: Precauções

### Formatos

Quando o símbolo é usado em um espaço fechado, a área ao redor deve ser grande o suficiente para ser percebida como uma área de layout geral, não um formato ou design reconhecível.

### Legibilidade

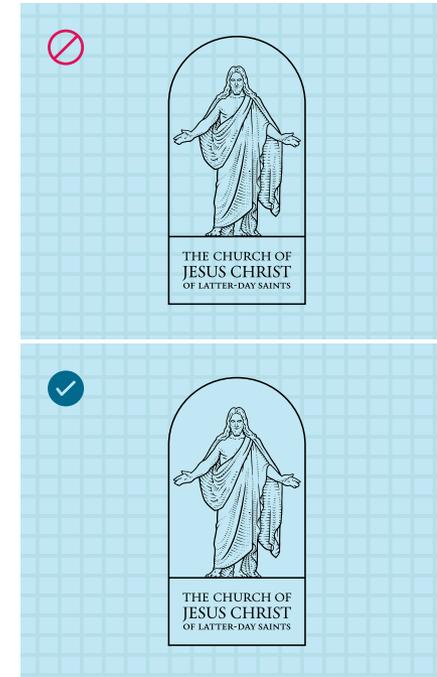
Não interfira no reconhecimento e na facilidade de leitura do símbolo ou do logotipo.

Não cruze o símbolo ou o logotipo com elementos gráficos, padrões ou planos de fundo com cores contrastantes. Não use o símbolo ou o logotipo em um padrão repetitivo. Tenha em mente a natureza sagrada do Salvador e o nome de Sua Igreja.

*Os formatos de plano de fundo (incluindo raios de luz) não devem cruzar o símbolo ou o logotipo.*



*Os padrões de plano de fundo não devem continuar dentro do símbolo. (Ver o exemplo a seguir.)*

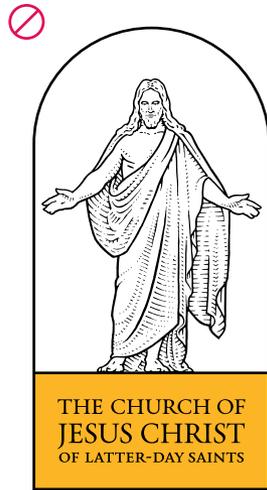


*No exemplo correto, uma cor de plano de fundo primária preenche o símbolo, “derrubando” o padrão.*

### 4.2.1.11 Símbolo: Precauções (continuação)



*Não acrescente sombreamento.*



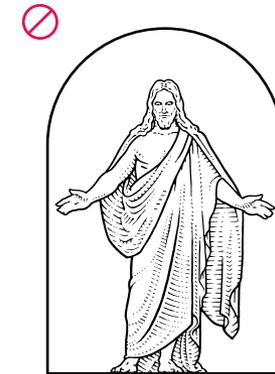
*Não preencha a pedra de esquina ou o arco com uma cor de fundo, inclusive branca.*



*Não adicione cor a partes do símbolo.*



*Não remova o logotipo do símbolo.*

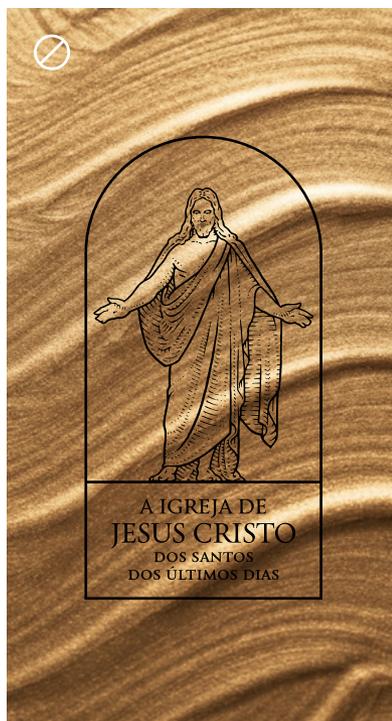


*Não separe o arco do Christus do restante do símbolo.*

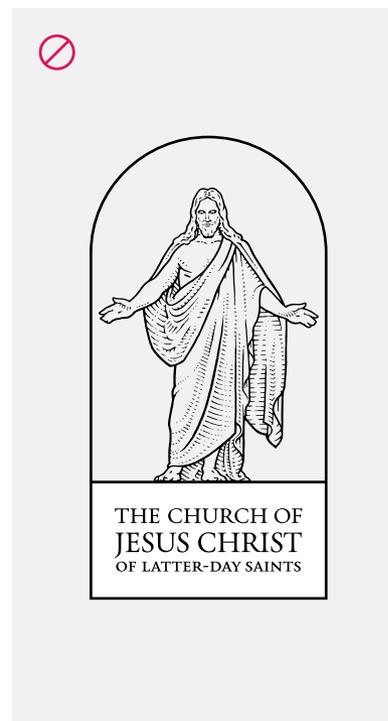
### 4.2.1.11 Símbolo: Precauções (continuação)



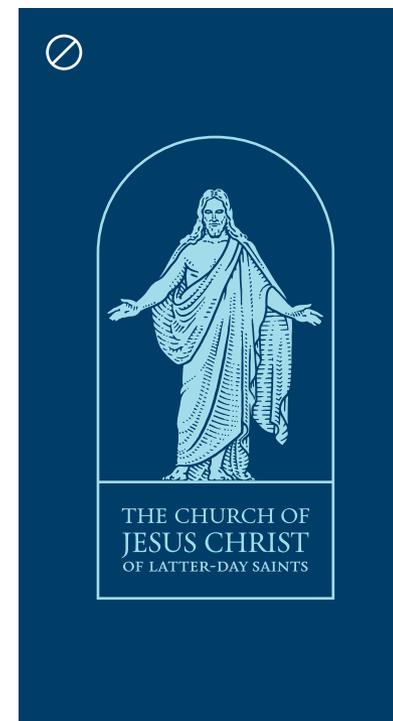
*Não use a versão positiva do símbolo em um tratamento invertido.*



*Não coloque o símbolo ou o logotipo em fundos com estampas carregadas.*



*Não acrescente uma caixa branca na área da pedra de esquina do símbolo.*



*Não use a versão invertida do símbolo em outra cor que não seja branca.*

## 4.2.2 Logotipo

Se o logotipo dentro do símbolo não estiver razoavelmente legível devido a restrições de tamanho, use apenas o logotipo da Igreja em vez do símbolo. Não inclua o logotipo no formato de pedra de esquina se ele não fizer parte do símbolo. Não use o arco do *Christus* sem a pedra de esquina a menos que seja uma exceção aprovada (ver item [4.2.1.7](#)).

O logotipo foi desenvolvido para enfatizar a posição central do Salvador na teologia da Igreja e para refletir a dignidade de Sua Igreja. O nome Jesus Cristo é dominante independentemente do idioma usado. O logotipo também facilita a leitura e o reconhecimento devido à disposição, ao estilo e ao peso dos caracteres do tipo.

✓ Assim como o símbolo, o logotipo deve ser usado somente em itens aprovados para publicação pelo VIO da Igreja.

# A IGREJA DE JESUS CRISTO DOS SANTOS DOS ÚLTIMOS DIAS

LOGOTIPO — INGLÊS

---

*“Quando tomamos sobre nós o nome do Salvador ao sermos batizados, nós nos comprometemos a testificar, por meio de nossas palavras, nossos pensamentos e nossas ações, que Jesus é o Cristo.”*

Russell M. Nelson, [“Abrir os céus em busca de ajuda”](#), Conferência Geral de Abril de 2020.

## 4.2.2.0 Visão geral do logotipo

### Uso do logotipo

Quando os parâmetros de espaço e tamanho permitirem, priorize o uso do símbolo em vez do uso do logotipo.

Em geral, o logotipo da Igreja não é usado em materiais produzidos pelas unidades locais ou em qualquer forma pessoal, comercial ou promocional. Usar o logotipo da Igreja sem a aprovação do VIO pode levar a declarações falsas sobre a Igreja e causar problemas legais.

Para obter mais informações sobre o uso adequado do logotipo e do nome da Igreja, consulte o *Manual Geral*, item [38.8.8](#).

### Uso dos direitos autorais

Todos os produtos oficiais da Igreja devem incluir o símbolo da Igreja (ou o logotipo em certos casos) e um aviso de direitos autorais aprovado. Entre em contato com o VIO para obter os formatos de notificação de direitos autorais aprovados.

### Uso do nome

O nome escrito da Igreja não substitui o logotipo da Igreja. Consulte o item [4.2.3](#) para ver as aplicações apropriadas do nome da Igreja, inclusive as diretrizes visuais.

### Diretrizes gerais

Ao usar o logotipo, tenha em mente estes princípios:

- **Apresentação visual.** *Mantenha a integridade do logotipo, incluindo sua tipografia, sua ilustração, seu peso visual e sua disposição (ver item [4.2.2](#)).*
- **Facilidade de identificação.** *Ajude as pessoas a identificar a Igreja usando o logotipo em tamanho adequado e com contraste suficiente (ver item [4.2.2.2-5](#)).*
- **Consistência.** *Proteja o reconhecimento legal mundial do nome e do logotipo da Igreja.*

### Obter arquivos do logotipo (ver item [4.5](#))

Use apenas os arquivos do logotipo aprovados pelo VIO. Não tente recriar o logotipo por conta própria.

Arquivos do logotipo em vários formatos podem ser baixados dos sistemas de gerenciamento de ativos da Igreja (ver item [4.5](#)). Se um formulário for exibido ao baixar os arquivos, informe a finalidade do uso do logotipo.

Os arquivos do logotipo podem ser atualizados de tempos em tempos. Acesse os arquivos dos sistemas de administração de ativos da Igreja

(ver item [4.5](#)) para cada uso a fim de garantir que você tenha a versão mais recente. Vincule cada arquivo do logotipo ao seu destino de origem para que as atualizações automáticas possam ser aplicadas. Não salve o logotipo da Igreja como um arquivo independente que pode ser usado à vontade.

Se você tiver problemas para acessar esses arquivos, entre em contato com o VIO.

### Variações de idioma

O logotipo foi traduzido para mais de 110 idiomas e continuam a ser adicionadas mais variações de idioma. Cada versão foi projetada para manter o mesmo peso visual e pegada.

Ao criar um produto que será adaptado para vários idiomas, use todas as versões do logotipo na mesma porcentagem do tamanho original. Ver item [4.4](#) para exemplos.

Um nome e um código de idioma são atribuídos para cada versão do logotipo da Igreja, o que ajudará a encontrar os arquivos corretos no sistema de gerenciamento de ativos atribuído (ver item [4.5](#)).

## 4.2.2.1 Logotipos em idiomas

Há mais de 110 logotipos em idiomas. Variações de idioma adicionais serão fornecidas à medida que os arquivos forem criados.

✓ *Todos os conjuntos de logotipos aprovados em idiomas podem ser acessados usando os sistemas de gerenciamento de ativos da Igreja (ver item [4.5](#)).*

耶穌基督  
後期聖徒教會

CHINÊS

A IGREJA DE  
JESUS CRISTO  
DOS SANTOS  
DOS ÚLTIMOS DIAS

INGLÊS

MYÖHEMPIEN AIKOJEN PYHIEN  
JEESUKSEN  
KRISTUKSEN  
KIRKKO

FINLANDÊS

LEGLIZ  
JEZIKRI  
POU SEN  
DÈNYE JOU YO

HAITIANO

末日聖徒  
イエス・キリスト  
教会

JAPONÊS

അന്ത്യകാലത്തെ വിശുദ്ധന്മാരുടെ  
യേശുക്രിസ്തുവിന്റെ  
സഭ

MALAIALA

पछिल्ला दिनका सन्तहरूको  
येशू ख्रीष्टको  
चर्च

NEPALÊS

کلیسای  
عیسی مسیح  
مقدسین آخرین زمان

PERSA

KOŚCIÓŁ  
JEZUSA CHRYSZTUSA  
ŚWIĘTYCH  
W DNIACH OSTATNICH

POLONÊS

## 4.2.2.2 Espaço livre e tamanho mínimo do logotipo

Quando usado isoladamente (ver item [4.2.2](#)), o logotipo não deve ser colocado na pedra de esquina ou em qualquer outro esboço.

Uma quantidade mínima de espaço livre deve sempre circundar o logotipo da Igreja. Isso mantém a integridade visual do logotipo. Ele nunca deve ser preenchido por outros elementos, como texto, títulos, ícones, ilustrações ou fotografias.

O logotipo deve ter uma quantidade mínima de espaço livre (x) em todos os lados. Para calcular o “x”, meça do topo das letras grandes, “Jesus Cristo”, até o topo da primeira linha pequena abaixo (isso inclui o espaçamento entre as linhas).

Observe que a medida do “x” varia de idioma para idioma. Meça a altura do “x” com base na versão do idioma que será usada.

### Tamanho mínimo

Como os formatos do logotipo variam entre os idiomas, o tamanho mínimo tem como base uma porcentagem e não uma dimensão. Os logotipos não devem ser reduzidos a menos de 28,5 por cento do arquivo de imagem baixado.

### Colocação em uma área fechada

Quando o logotipo for usado em uma área fechada, coloque-o um pouco acima do centro para que ele pareça visualmente pesado. Aproximadamente 47 por cento do espaço fechado deve estar acima da linha média do logotipo e 53 por cento abaixo da linha média. Isso proporciona peso e equilíbrio adequados.

- Meça o “x” do topo da letra maior até o topo da linha seguinte.
- A medida do “x” varia de idioma para idioma.
- Deve haver no mínimo um “x” de espaço em cada lado do logotipo.
- Em áreas fechadas, coloque o logotipo um pouco acima do centro.

A.  THE CHURCH OF  
JESUS CHRIST  
OF LATTER-DAY SAINTS

B.  PĚDĚJO DIENU SVĚTO  
JĚZUS KRISTUS  
BAZNĪCA

C.  THE CHURCH OF  
JESUS CHRIST  
OF LATTER-DAY SAINTS

D.  LEGLIZ  
JEZIKRI  
POU SEN  
DĚNYE JOU YO

### 4.2.2.3 Cores do logotipo: Imagem positiva

O logotipo da Igreja pode ser reproduzido em preto ou em uma cor aprovada da paleta de cores (ver item [4.2.5](#)). Escolha cores que ofereçam contraste suficiente (geralmente cores 25 ou superiores) ao logotipo e seu plano de fundo. Use de discrição ao selecionar as cores para se adequar ao público-alvo e ao propósito da comunicação. Tenha em mente a natureza sagrada do Salvador e o nome de Sua Igreja.

#### Planos de fundo

O logotipo pode ser colocado sobre um padrão sutil. No entanto, o padrão não deve competir com o logotipo. Tenha em mente a natureza sagrada do Salvador e o nome de Sua Igreja.

#### Contraste mínimo

Mantenha sempre uma diferença de valor de pelo menos 50 por cento na cor ou luminosidade entre o logotipo e seu plano de fundo.

- ✓ *Nunca use mais de uma cor ou um valor, porque isso prejudica a legibilidade e a integridade do logotipo.*

A IGREJA DE  
JESUS CRISTO  
DOS SANTOS  
DOS ÚLTIMOS DIAS

#### Preto

HEX 000000  
CMYK 0, 0, 0, 100  
K 100  
RGB 0, 0, 0  
PMS PRETO C / PRETO U

A IGREJA DE  
JESUS CRISTO  
DOS SANTOS  
DOS ÚLTIMOS DIAS

#### Azul 35

HEX 005175  
CMYK 100, 25, 0, 50  
RGB 0, 81, 117  
PMS 7693 C / 7692 U

#### 4.2.2.4 Cores do logotipo: Imagem invertida

Ao inverter o logotipo a partir de um fundo colorido, use apenas o arquivo criado para essa finalidade. O logotipo pode ser usado em uma cor aprovada (ver item [4.2.5](#)) que forneça contraste suficiente com o plano de fundo.

##### Planos de fundo

Sempre use padrões de planos de fundo, texturas ou imagens que mantenham a facilidade de leitura e a integridade do logotipo. Tenha em mente a natureza sagrada do Salvador e o nome de Sua Igreja.

##### Contraste mínimo

Sempre inverta o logotipo de uma cor, padrão ou imagem com contraste suficiente. Deve haver pelo menos 50 por cento de diferença de cor ou luminosidade entre o logotipo e o plano de fundo.



## 4.2.2.5 Logotipo: Precauções

### Formatos

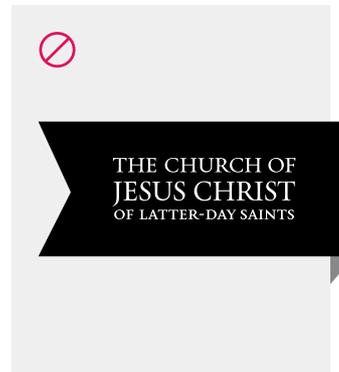
Quando o logotipo é usado em um espaço fechado, a área ao redor deve ser grande o suficiente para ser percebida como uma área de layout geral, não um formato ou design reconhecível.

### Legibilidade

Não interfira no reconhecimento e na facilidade de leitura do logotipo.

Não cruze o logotipo com elementos gráficos, padrões ou planos de fundo com cores ou tons contrastantes. Não use o logotipo em um padrão repetitivo. Tenha em mente a natureza sagrada do Salvador e o nome de Sua Igreja.

*O símbolo ou logotipo deve aparecer independente do ambiente ao redor.*



*Não coloque o símbolo ou o logotipo em fundos com estampas carregadas.*



*Não use a pedra de esquina sozinha. O logotipo, quando não estiver incluído, pode ser usado isoladamente.*



## 4.2.3 Nome da Igreja

O nome, o símbolo e o logotipo da Igreja são marcas registradas ou contam com outros tipos de proteção legal no mundo inteiro. O nome escrito da Igreja não substitui o símbolo ou o logotipo da Igreja. Para mais informações sobre o nome da Igreja, ver item [3.4](#).

- 1. Tipografia adequada.** O nome da Igreja deve ser sempre colocado em uma fonte e tamanho dignos e legíveis. Não separe as palavras *Jesus Cristo*; mantenha-as na mesma linha.
- 2. Não imite o símbolo ou o logotipo.** Não empilhe, organize, altere o tamanho da fonte, adicione bordas ou use o nome para imitar o símbolo ou a pedra angular.
- 3. Uso em uma frase.** O nome da Igreja pode ser usado como parte de uma frase. O símbolo ou o logotipo da Igreja não podem ser usados como parte de uma frase.
- 4. Hierarquia.** O nome da Igreja é frequentemente usado com outro elemento, como o nome de um evento. Enfatize o nome do evento enquanto inclui o nome da Igreja (com a fonte correta) como elemento subordinado. (Ver o exemplo B à direita.)

A.

A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias



ACEITÁVEL

B.

Nome do evento

APRESENTADO POR

*A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias*



ACEITÁVEL

C.

A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias apresenta...



ACEITÁVEL

D.

A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias



NÃO ACEITÁVEL

E.

A IGREJA DE JESUS CRISTO DOS SANTOS DOS ÚLTIMOS DIAS



NÃO ACEITÁVEL

F.

Publicado por

THE CHURCH OF JESUS CHRIST OF LATTER-DAY SAINTS



NÃO ACEITÁVEL

**Observação:** As unidades locais não devem usar o símbolo ou o logotipo da Igreja em publicações locais. Para mais orientações, ver *Manual Geral*, item [38.8.8](#).

- D.** Não use fontes decorativas, de exibição ou lúdicas.
- E.** Não recrie o logotipo da Igreja.
- F.** Use o nome da Igreja, mas não o símbolo ou o logotipo da Igreja como parte de uma frase.

## 4.2.4 Tipografia

A tipografia é uma parte essencial da “linguagem visual” da identidade da Igreja. Usada de modo consistente, a tipografia é uma maneira poderosa e confiável de unificar nossa aparência mesmo em milhares de comunicações variadas.

O número de fontes primárias para a Igreja é propositalmente limitado para promover a uniformidade. No entanto, o uso cuidadoso dos vários pesos e estilos de fonte pode criar uma variedade impressionante de aparência e tom.

- 
- ✓ *McKay e Zoram são os únicos tipos de letra aprovados para as comunicações da Igreja.*

---

# McKay Pro

## *McKay Pro Itálico*

McKAY PRO (SERIF)

*Uma graciosa família de fontes serifadas, a McKay tem um estilo clássico. Será a fonte mais usada na identidade da Igreja.*

# Zoram Semibold

## Zoram Book

ZORAM (SEM SERIFA)

*Como uma fonte sem serifa, Zoram tem um toque mais moderno e gráfico. Ela acrescenta elementos de contraste e legibilidade à nossa tipografia. Zoram substitui o uso de Helam.*

## 4.2.5 Cores

Um agrupamento otimista de cores, a paleta de cores para o estilo visual da Igreja sugere calor e brilho ao mesmo tempo em que inclui camadas de profundidade. O tom de uma comunicação específica pode ser transmitido usando cores brilhantes, vibrantes e amigáveis — ou podemos sugerir humildade, santidade e reverência com uma combinação de cores diferente. Essas cores são fáceis de combinar com tons neutros; além disso, as opções de cores monocromáticas ajudam naturalmente a retratar o conceito de luz.

Ao usar a mesma paleta em nossas comunicações, mantemos a consistência, evitamos confusão e criamos um reconhecimento rápido para a Igreja.

PROPOSED EXPANSION TO THE PRINT COLOR PALETTE / ALL COLOR SWATCHES SHOWN HERE ARE CMYK MIXES  
VERSION 4.0

<b>BLUE 5</b> HEX# B0E0FC CMYK 0, 0, 3, 0 RGB 176, 238, 252 PMS 7457U	<b>BLUE 10</b> HEX# 7DE3FA CMYK 0, 0, 6, 0 RGB 125, 227, 244 PMS 394C PMS 435U	<b>BLUE 15</b> HEX# 49CCE6 CMYK 0, 0, 10, 0 RGB 73, 204, 230 PMS 310C PMS 315U	<b>BLUE 20</b> HEX# 0186D1 CMYK 0, 0, 15, 5 RGB 1, 182, 209 PMS 631C PMS 3125U	<b>BLUE 25</b> HEX# 007DAS CMYK 0, 0, 16, 35 RGB 0, 97, 132 PMS 633C PMS 314U	<b>BLUE 30</b> HEX# 006184 CMYK 0, 0, 18, 10, 41 RGB 0, 125, 165 PMS 633C PMS 308U	<b>BLUE 35</b> HEX# 005175 CMYK 0, 0, 25, 0, 50 RGB 0, 81, 117 PMS 7693C PMS 7692U	<b>BLUE 40</b> HEX# 003057 CMYK 0, 0, 40, 0, 60 RGB 0, 48, 87 PMS 540C PMS 540U
<b>RED 5</b> HEX# F0A182 CMYK 0, 50, 20, 0 RGB 255, 161, 178 PMS 1775C PMS 183U	<b>RED 10</b> HEX# FC4E60 CMYK 0, 82, 37, 0 RGB 252, 78, 109 PMS 199C PMS 1925U	<b>RED 15</b> HEX# E10F5A CMYK 0, 100, 45, 5 RGB 225, 15, 90 PMS Rubine Red C PMS Rubine Red U	<b>RED 20</b> HEX# B00057 CMYK 0, 100, 26, 24 RGB 189, 0, 87 PMS 215C PMS 225U	<b>RED 25</b> HEX# A6004E CMYK 0, 100, 25, 45 RGB 166, 0, 78 PMS 221C PMS 220U	<b>RED 30</b> HEX# 8F124A CMYK 0, 100, 21, 48 RGB 143, 18, 74 PMS 7435C PMS 7648U	<b>RED 35</b> HEX# 7D003F CMYK 0, 100, 15, 55 RGB 125, 0, 63 PMS 222C PMS 7435U	<b>RED 40</b> HEX# 6E0033 CMYK 0, 100, 45, 67 RGB 118, 0, 51 PMS 7421C PMS 7421U
<b>YELLOW 5</b> HEX# FF0A1A CMYK 0, 11, 100, 0 RGB 255, 214, 26 PMS 122C PMS 114U	<b>YELLOW 10</b> HEX# FB81C CMYK 0, 20, 100, 0 RGB 255, 184, 28 PMS 1235C PMS 7548U	<b>YELLOW 15</b> HEX# FA661A CMYK 0, 40, 100, 0 RGB 255, 166, 26 PMS 1235C PMS 123U	<b>YELLOW 20</b> HEX# F6B02E CMYK 0, 54, 87, 0 RGB 246, 141, 46 PMS 1235C PMS 144U	<b>YELLOW 25</b> HEX# E66A1F CMYK 0, 70, 100, 5 RGB 230, 106, 31 PMS 7736C PMS 166U	<b>YELLOW 30</b> HEX# D4E311 CMYK 0, 77, 100, 15 RGB 212, 83, 17 PMS 107C PMS 159U	<b>YELLOW 35</b> HEX# 97A07 CMYK 0, 65, 100, 45 RGB 151, 74, 7 PMS 1335C PMS 174U	<b>YELLOW 40</b> HEX# 67473D CMYK 0, 67, 85, 74 RGB 103, 71, 48 PMS 7685C PMS 1545U
<b>GREEN 5</b> HEX# D3E952 CMYK 0, 0, 88, 0 RGB 211, 233, 82 PMS 584C PMS 584U	<b>GREEN 10</b> HEX# BED21E CMYK 0, 0, 100, 10 RGB 190, 210, 30 PMS 584C PMS 367U	<b>GREEN 15</b> HEX# 93C742 CMYK 0, 0, 100, 0 RGB 147, 199, 66 PMS 7737C PMS 367U	<b>GREEN 20</b> HEX# 6D8344 CMYK 0, 0, 98, 7 RGB 109, 179, 68 PMS 7737C PMS 376U	<b>GREEN 25</b> HEX# 50A83E CMYK 0, 0, 100, 6 RGB 89, 168, 62 PMS 7736C PMS 347U	<b>GREEN 30</b> HEX# 318D43 CMYK 0, 0, 100, 21 RGB 49, 141, 67 PMS 107C PMS 348U	<b>GREEN 35</b> HEX# 20683F CMYK 0, 0, 94, 78 RGB 32, 107, 63 PMS 7736C PMS 349U	<b>GREEN 40</b> HEX# 235C35 CMYK 0, 0, 94, 78 RGB 35, 92, 53 PMS 7736C PMS 357U

<b>GRAY 5</b> HEX# E0E0E2 CMYK 0, 0, 1, 9 K 10 RGB 224, 226, 226 PMS NA PMS NA	<b>GRAY 10</b> HEX# D0D3D3 CMYK 0, 0, 3, 8 K 20 RGB 208, 211, 211 PMS 427C PMS Cool Gray 1U	<b>GRAY 15</b> HEX# BDC0C0 CMYK 0, 0, 13, 15, 5 K 28 RGB 189, 192, 192 PMS Cool Gray 4C PMS Cool Gray 3U	<b>GRAY 20</b> HEX# A9A9AD CMYK 0, 0, 17, 17, 5 K 40 RGB 169, 173, 173 PMS Cool Gray 6C PMS Cool Gray 3U	<b>GRAY 25</b> HEX# 90A1A1 CMYK 0, 0, 23, 25, 10 K 45 RGB 141, 161, 161 PMS Cool Gray 7C PMS Cool Gray 7U	<b>GRAY 30</b> HEX# 7B8BC CMYK 0, 0, 33, 35, 10 K 55 RGB 113, 138, 140 PMS Cool Gray 8C PMS Cool Gray 9U	<b>GRAY 35</b> HEX# 6788E CMYK 0, 0, 5, 7, 1 K 74 RGB 83, 107, 110 PMS Cool Gray 10C PMS 425U	<b>GRAY 40</b> HEX# 5575B CMYK 0, 0, 32, 48, 34 K 80 RGB 63, 87, 91 PMS Cool Gray 11C PMS 433U
<b>BLACK</b> HEX# 000000 CMYK 0, 0, 100, 0 K 100 RGB 0, 0, 0 PMS Black C PMS Black U	<b>RICH BLACK</b> HEX# 000000 CMYK 0, 0, 97, 90 K 100 RGB 0, 0, 0 PMS N/A PMS N/A						

<b>NEUTRAL 5</b> HEX# E9E9E7 CMYK 0, 0, 3, 0 RGB 239, 239, 231 PMS WARM GRAY 1C PMS 7527U	<b>NEUTRAL 10</b> HEX# E9E9E0 CMYK 0, 0, 10, 0 RGB 239, 239, 224 PMS WARM GRAY 2C PMS 7527U	<b>NEUTRAL 15</b> HEX# E9E9D9 CMYK 0, 0, 15, 0 RGB 239, 227, 217 PMS 7534U	<b>NEUTRAL 20</b> HEX# D5C9E CMYK 0, 16, 15, 24, 0 RGB 213, 207, 190 PMS 406C PMS 7528U	<b>NEUTRAL 25</b> HEX# C5C0AB CMYK 0, 26, 33, 0 RGB 200, 192, 171 PMS 7535C PMS 406U	<b>NEUTRAL 30</b> HEX# C8B7AD CMYK 0, 29, 31, 0 RGB 198, 191, 173 PMS 406C PMS 7528U	<b>NEUTRAL 35</b> HEX# BEB097 CMYK 0, 37, 42, 0 RGB 190, 176, 151 PMS 7536C PMS 7536U	<b>NEUTRAL 40</b> HEX# 83A18D CMYK 0, 31, 33, 44, 1 RGB 179, 161, 141 PMS 7536C PMS 7530U
--	--	--	--	---	---	--	--

<b>CHRISTMAS RED</b> HEX# D50032 CMYK 0, 100, 86, 2 RGB 213, 0, 50 PMS 199C PMS 199C	<b>GREEN 30</b> HEX# 318D43 CMYK 0, 0, 100, 21 RGB 49, 141, 67 PMS 107C PMS 348U	<b>GOLD 10</b> HEX# DBBF68 CMYK 0, 15, 22, 70, 0 RGB 193, 191, 107 PMS 7751C PMS 458U	<b>GOLD 20</b> HEX# C1A01E CMYK 0, 97, 84, 27 RGB 193, 160, 30 PMS 7752C PMS 103U	<b>CHRISTMAS GOLD METALLIC</b> HEX# 877C Metallic CMYK 0, 97, 84, 27 RGB 193, 160, 228 PMS 7751C PMS 458U	<b>GOLD 10—20% Tint</b> HEX# FB0E4 CMYK 0, 4, 0, 0 RGB 248, 240, 228 PMS 7751C PMS 458U	<b>CHRISTMAS DEEP RED</b> HEX# 992A31 CMYK 0, 76, 98, 80, 23 RGB 153, 33, 49 PMS 187U	<b>GRAY 50</b> HEX# 5E3E3A CMYK 0, 72, 63, 59, 53 RGB 94, 63, 63 PMS 433C PMS 433U
---	---	--	--	--	--	---	---

<b>PURPLE 40</b> HEX# 432554 CMYK 0, 80, 94, 36, 32 RGB 67, 37, 84 PMS 2627C PMS 2627U	<b>PURPLE 30</b> HEX# 592569 CMYK 0, 76, 100, 26, 15 RGB 85, 37, 100 PMS 528U	<b>PURPLE 10</b> HEX# A16FAF CMYK 0, 39, 65, 0, 0 RGB 161, 111, 175 PMS 2577C PMS 2567U	<b>GREEN 40</b> HEX# 235C35 CMYK 0, 0, 94, 78 RGB 35, 92, 53 PMS 7736C PMS 357U	<b>GREEN 30—50% Tint</b> HEX# 8EA980 CMYK 0, 51, 19, 62, 1 RGB 145, 169, 128 PMS 7741C PMS 348U	<b>GREEN 30—40% Tint</b> HEX# B0CA2 CMYK 0, 34, 13, 41, 0 RGB 176, 192, 162 PMS 7741C PMS 348U	<b>GOLD 20</b> HEX# C1A01E CMYK 0, 97, 84, 27 RGB 193, 160, 30 PMS 7752C PMS 103U	<b>GOLD 10</b> HEX# DBBF68 CMYK 0, 15, 22, 70, 0 RGB 193, 191, 107 PMS 7751C PMS 458U	<b>GOLD 10—20% Tint</b> HEX# FB0E4 CMYK 0, 4, 0, 0 RGB 248, 240, 228 PMS 7751C PMS 458U
---	---	--	--	--	---	--	--	--



**Conexões com a cor**  
Os participantes da pesquisa em todos os grupos consistentemente associam o azul e o verde ao crescimento e à espiritualidade. As pessoas associam os tons quentes ao seu relacionamento com Deus.

## 4.2.6 Imagens

As imagens têm um poder inato de educar, sugerir ideias, capturar verdades e evocar emoções. As fotos, ilustrações, representações do Pai Celestial e de Jesus Cristo e outras imagens que selecionarmos devem corresponder ao nosso tema de luz e representar nossos atributos da comunicação.



*Os participantes da pesquisa mostram uma clara preferência por imagens pessoais, sinceras, humanas e autênticas.*

✓ **USE** imagens coloridas e em preto e branco. Busque o uso criativo da luz.

**CAPTURE** os membros e os momentos “como estão”. As imagens devem ser honestas.

**ESFORCE-SE** para obter imagens que sugiram “ação” e transmitam a história de uma pessoa. Quando possível, use o nome das pessoas nas imagens para dar credibilidade.

**CAPTURE** o contexto do ambiente. Deixe o ambiente ajudar a contar a história e evite cortar o quadro de referência da imagem.

**APROVEITE** metáforas que tragam interesse e significado.

**INCENTIVE** os fotógrafos a seguir os princípios do [Photography Field Guide](#).



## 4.2.6.0 Pai Celestial e Jesus Cristo

As imagens do Pai Celestial e de Jesus Cristo podem ser uma maneira poderosa de ajudar as pessoas a sentir o amor de Deus e convidar o poder testificador do Espírito Santo. Para respeitar e honrar a Deus, o Pai, e nosso Salvador, nós Os retratamos de maneiras que refletem Sua natureza e Seu caráter sagrados. Avalie com humildade e consideração as imagens do Pai Celestial e de Jesus Cristo usando os padrões descritos em [Depictions of Deity style guide](#).



## 4.2.6.1 Estilo de vida

Sempre que possível, tire novas fotografias que se apliquem ao assunto ou use imagens do site [titan.ChurchofJesusChrist.org](http://titan.ChurchofJesusChrist.org) que atendam a esses padrões. Evite usar imagens comerciais de banco de imagens. As imagens de estilo de vida devem capturar momentos reais da vida dos membros em todo o mundo.

✓ **CAPTURE** fotos autênticas, sinceras e espontâneas. Procure imagens que deem contexto ou contem uma história.

**INCLUA** a diversidade de idade, etnia, locais e situações econômicas. Certifique-se de que as imagens reflitam as pessoas e os lugares da Igreja em todo o mundo.

**CONCENTRE-SE** nas pessoas e não na instituição.

**USE** cenários arquitetônicos e naturais que inspirem ou comuniquem uma mensagem.



## 4.2.6.2 Locais e eventos sagrados

As ordenanças, bênçãos e reuniões sacramentais não devem ser fotografadas devido à sua natureza sagrada. Em vez disso, consulte a liderança local para fotografar antes ou depois de as ordenanças ou reuniões sacramentais serem realizadas. Fotos autênticas de pessoas naturalmente posicionadas, expressando emoções sinceras, são altamente preferidas a situações encenadas.

Com permissão, é apropriado fotografar os ambientes da sala de aula, as atividades e as reuniões, exceto a reunião sacramental. Todas as fotos tiradas nos jardins do templo requerem autorização prévia do Departamento de Templos.

Certifique-se de que a devida liberação tenha sido concedida para as fotos tiradas durante a conferência geral. É preciso dar permissão para fotos que retratem assuntos que vão além de uma menção jornalística da conferência geral.

**Observação:** *Pode ser necessária permissão por escrito para usar a foto de uma pessoa. Entre em contato com a Divisão de Propriedade Intelectual do Departamento de Correlação da Igreja com antecedência para obter ajuda com liberações de fotos.*



✓ **PLANEJE** suas fotos em torno de eventos reais, dando tempo suficiente para obter permissão da liderança local e das pessoas envolvidas.

**MANTENHA** a disposição natural das pessoas como elas estariam durante as bênçãos, as ordenanças e os eventos semelhantes.

**NÃO** encene cenários sagrados nem recrute modelos. Não posicione as pessoas artificialmente nem reorganize as configurações do ambiente para criar um "ideal".

### 4.2.6.3 Retratos dos líderes

Fotos de autoridades gerais, líderes gerais e setentas de área se enquadram em duas categorias: retratos e ministério. Em ambos os casos, fotos de líderes da Igreja devem transmitir cordialidade, humildade e humanidade. Os retratos são usados em comunicações da Igreja com tons mais formais (ver item [4.3.0](#)).

- Fotografias de estúdio
- Pessoa geralmente olhando para a câmera
- Fotos em preto e branco ou coloridas

---

✓ **Use** o retrato mais recente disponível de um líder, a menos que um retrato anterior acrescente contexto específico à história.



## 4.2.6.4 Liderança ministrando

As imagens do ministério são menos formais (ver item [4.3.1](#)) e mostram líderes interagindo com as pessoas, cumprindo responsabilidades ou participando de atividades diárias. Fotos de líderes da Igreja na conferência geral são um exemplo mais formal de imagens do ministério de liderança.

- Fotos ambientais
- A pessoa geralmente não está olhando para a câmera
- Fotos em preto e branco ou coloridas

✓ **SOLICITE** permissão prévia para um fotógrafo participar de um evento, uma interação ou uma aparição que envolva um líder.

**CAPTURE** momentos autênticos, não fotografe fotos encenadas.

**BUSQUE** cenários compassivos e humanizantes.



As pessoas reagiram melhor a fotos de líderes que “veem o bem” e têm expressões que demonstram “amor e cuidado”.



## 4.2.6.5 Ilustração

A ilustração é a categoria mais flexível dentro das imagens da Igreja, capaz de comunicar com eficácia conceitos amplos, metáforas e diversos estados de espírito. Um conjunto de ilustrações no mesmo estilo pode ser uma conexão visual eficaz para uma série, uma campanha ou um programa.

Tenha em mente que os estilos de ilustração devem corresponder a nossos atributos da comunicação e oferecer o nível adequado de formalidade (ver item [4.3.2](#)). Consulte o VIO se surgirem dúvidas sobre ilustração.

✓ **USE** ilustração para transmitir um conceito, uma metáfora ou um tema relacionado ao conteúdo.

**SELECIONE** ilustrações que sejam simples e atemporais.

**RETIRE** da paleta de cores aprovada quando aplicável (ver item [4.2.5](#)).

**NÃO** misture vários estilos de ilustração no mesmo artigo, história ou campanha.

**NÃO** permita que ilustrações entrem em conflito com a mensagem que está sendo comunicada.



Mulher com um cachorro. ©Brian T. Kershnik, 2012. Usada com permissão.

## 4.2.6.6 Imagens a serem evitadas

Evite imagens que pareçam artificiais ou desatualizadas. Isso pode prejudicar a mensagem pretendida.

⊘ **NÃO** use imagens com poses ou encenadas. Evite escalar modelos ou determinar as roupas. O vestuário e a aparência para os santos dos últimos dias devem refletir os ensinamentos dos profetas e evitar estilos ou aparências extremos que possam desviar a atenção da mensagem pretendida.

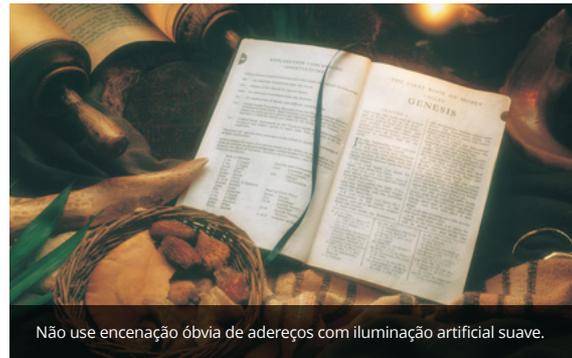
**NÃO** remova as imperfeições que tornam uma pessoa ou um lugar mais genuíno. Não coloque cor ou matize imagens artificialmente.

**NÃO** apresente coleções de imagens excessivamente homogêneas. Embora os membros de um grupo em uma única imagem possam ser semelhantes entre si (como uma família), as imagens ao longo da publicação devem refletir a diversidade natural dos membros da Igreja.

**NÃO** use imagens obviamente desatualizadas, a menos que a idade da imagem acrescente autenticidade à história ou ao assunto.



Use fotos de estúdio com moderação. Elas não devem substituir ambientes autênticos.



Não use encenação óbvia de adereços com iluminação artificial suave.



Não use clichês visuais.



A menos que a história seja específica para a área, não use Wasatch Front como um cenário óbvio.



Não use situações encenadas nem determine ações.



Não use emoções artificiais.



Não use iluminação de estúdio nem poses constrangedoras.



Não use textura fotográfica.

## 4.2.7 Inspiração visual: Luz

O que nos ajuda a descobrir? O que nos faz lembrar de Deus? O que chamamos de inspiração? O que faz as coisas crescerem? Mais do que um elemento visual, a luz é um conceito que dá mais significado aos princípios em nossa declaração de visão.



## 4.2.7 Inspiração visual: Luz (continuação)

Calorosa e convidativa por natureza, a luz tem muitos significados intrínsecos: descoberta, conhecimento, fardos aliviados, esperança, alegria. O conceito está presente nas escrituras e é demonstrado de várias maneiras em nossa identidade visual. As cores mudam suavemente para tons mais claros. Formas sutis sugerem brilho de uma fonte pura. Os elementos de transparência, camadas e raios inclinados são facilmente identificáveis, mas podem ser traduzidos em infinitas variações. Respondendo aos princípios de descoberta, inspiração e crescimento da declaração de visão, a luz também presta tributo à Luz do Mundo, Jesus Cristo.



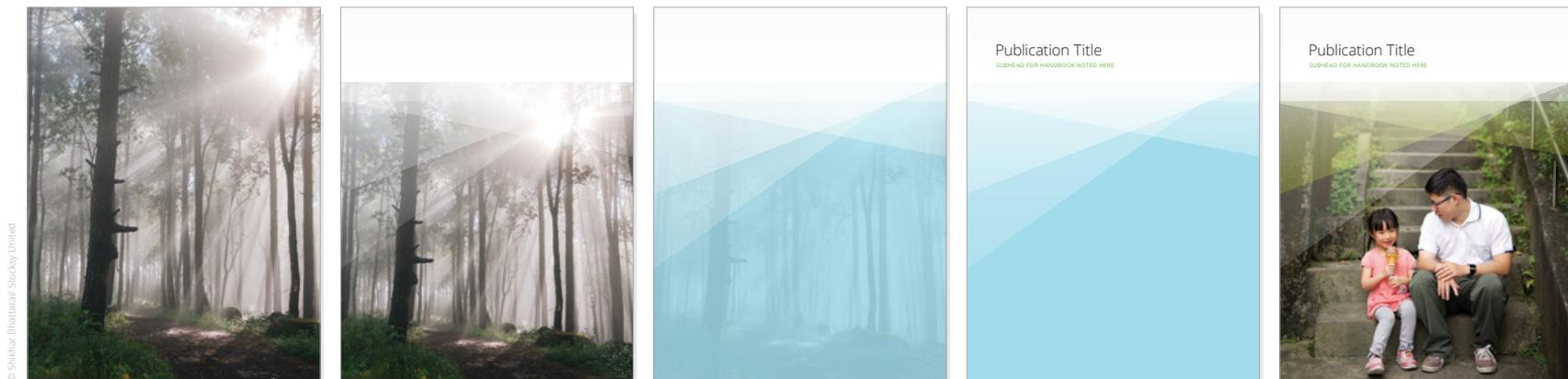
**Calor. Otimista. Sem complexidade. Esperançosa. Natural.** Todas essas são descrições obtidas de respostas de pesquisas comuns. Elas também compartilham uma conexão comum no conceito de luz.

*“Aquilo que é de Deus é luz; e aquele que recebe luz e persevera em Deus recebe mais luz; e essa luz se torna mais e mais brilhante, até o dia perfeito.”*

[DOCTRINA E CONVÊNIOS 50:24](#)

## 4.2.7.0 Como iluminar nossa mensagem

Uma constante na história da Igreja, nas escrituras e nas criações de Deus, a luz representa uma ponte entre o céu e a Terra. Quando são mostradas imagens que retratam a luz natural, as pessoas associam sentimentos de calor e esperança a ela.



© Shutterstock/Stocksy United



Para expressar graficamente a luz, usamos raios inclinados e graus variados de luminosidade em nossas comunicações. O apelo dessa abordagem foi esclarecedor por si só: mais de dois terços dos entrevistados que não são membros da Igreja consideram esse estilo significativamente mais inspirador, alegre e envolvente.

## 4.2.7.1 Gráfico de luz: Introdução

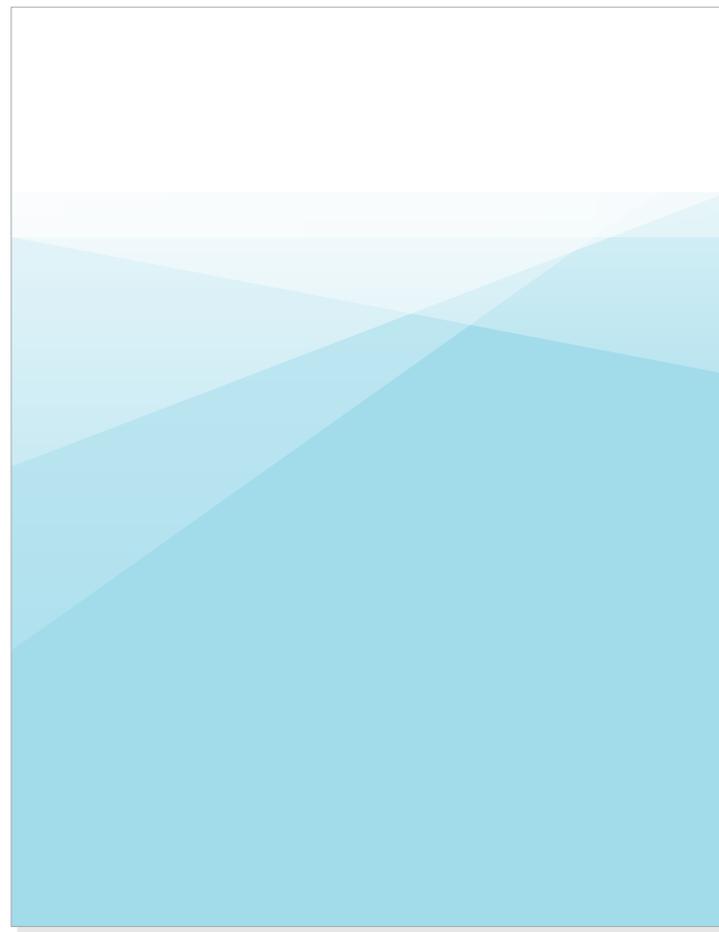
Parte fundamental de nossa identidade visual, o gráfico de luz transmite o conceito de luz de maneira estruturada e reproduzível. As páginas seguintes explicam a construção desse gráfico e como ele é aplicado a vários formatos.

O gráfico de luz é principalmente para uso em capas de produtos ou primeiras visualizações. Para evitar o uso excessivo, geralmente não é usado em páginas internas, materiais de apoio e afins. Além disso, como uma representação da luz, o gráfico de luz não deve tentar imitar a fonte de luz de uma fotografia; ao contrário, é um tratamento estilístico que deve obedecer às diretrizes que se seguem.

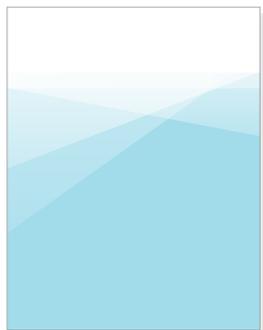


### Gráfico de luz

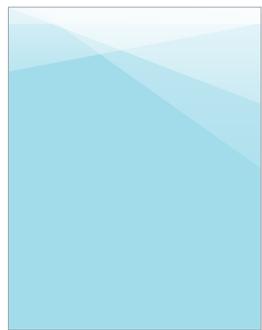
*Os gráficos de luz aprovados podem ser acessados no site [titan.ChurchofJesusChrist.org](https://titan.ChurchofJesusChrist.org).*



## 4.2.7.2 Gráfico de luz: Configurações



Cabeçalho do gráfico de luz



Cabeçalho do gráfico de luz

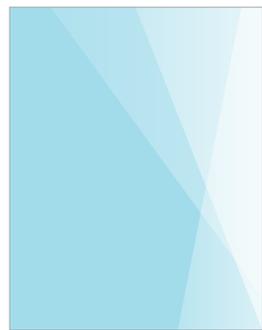


Gráfico de luz lateral

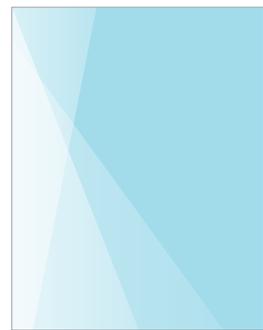
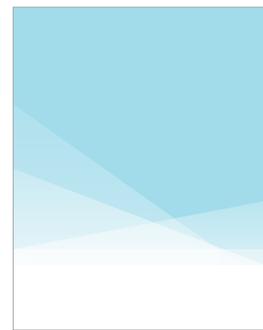


Gráfico de luz lateral



Rodapé do gráfico de luz

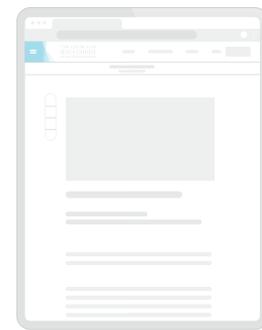


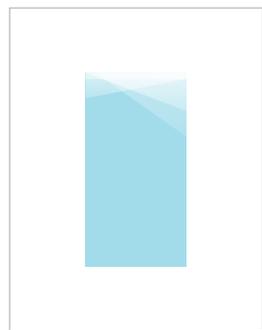
Gráfico de luz na página da web



Rodapé do gráfico de luz



Moldura do gráfico de luz



Inserção do gráfico de luz

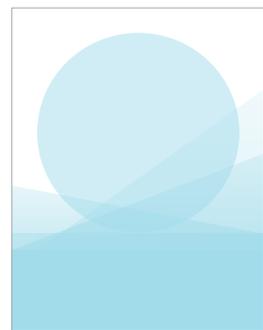


Gráfico e círculo de luz

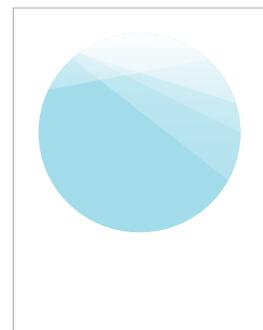


Gráfico de luz em círculo



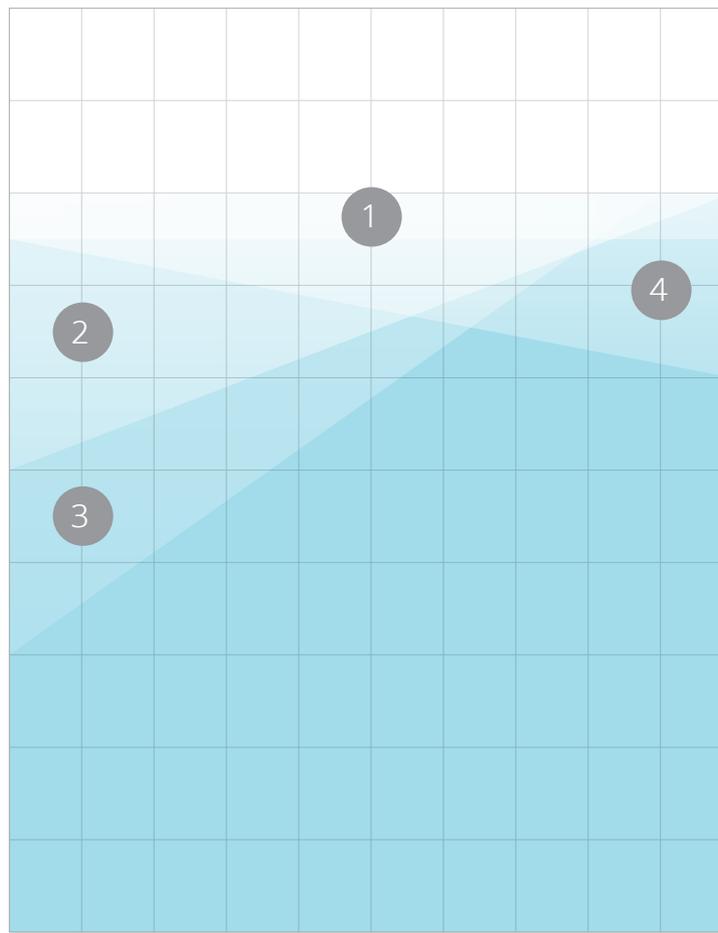
Gráfico de luz na página da web

### 4.2.7.3 Gráfico de luz: Construção

A aplicação de um elemento consistente a todas as nossas comunicações mantém a uniformidade visual, mas permite interpretações flexíveis e criativas da luz. Isso é realizado emprestando e combinando contornos de luz natural, como feixes, eixos e graus de sombreamento transparente.

#### ✓ Elementos do gráfico de luz

*O gráfico de luz consiste em quatro formas construídas sobre uma grade de 10 × 10: um retângulo (1) e três triângulos (2, 3, 4). Ele deve sempre ser construído usando os padrões aqui definidos a fim de alcançar o reconhecimento visual e proteger nossa propriedade intelectual.*



**O gráfico de luz consiste no seguinte:**

1. Retângulo
2. Triângulo menos transparente
3. Triângulo mais transparente
4. Triângulo refletor

## 4.2.7.4 Gráfico de luz: Posicionamento

O gráfico de luz pode ser usado em várias posições de layout (a página a seguir apresenta uma amostra). Ele pode ser aplicado à página inteira, em conjunto com uma área de cabeçalho ou rodapé, ou contido em uma forma focal no layout. O gráfico de luz pode ser aplicado a fundos sólidos e a imagens.

### Cabeçalhos e rodapés

Um cabeçalho ou rodapé é um local apropriado para títulos em muitos produtos. A área para um cabeçalho ou rodapé não deve ter mais de quatro unidades de altura. O gráfico de luz é colocado acima ou abaixo dessa área conforme mostrado.

### ✓ Considerações sobre o posicionamento

- *O ponto de origem do gráfico de luz (ver página anterior) se encaixa na área do cabeçalho ou rodapé.*
- *Não permita que o gráfico de luz corte o rosto de uma pessoa numa fotografia.*

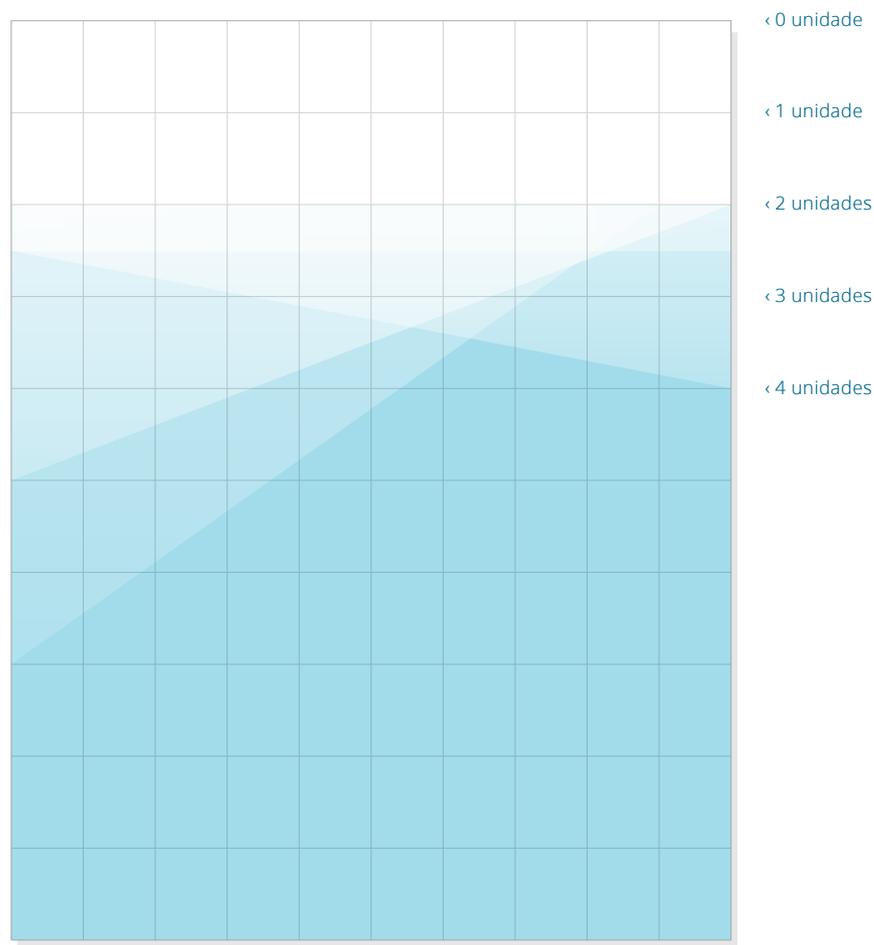




Gráfico luz com cabeçalho de 2 unidades

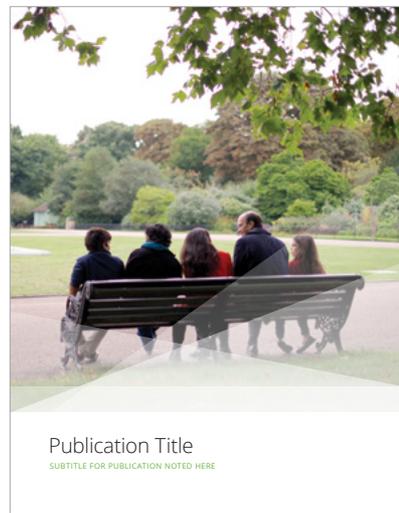


Gráfico de luz com rodapé de 2 unidades



Gráfico de luz aplicado à página inteira

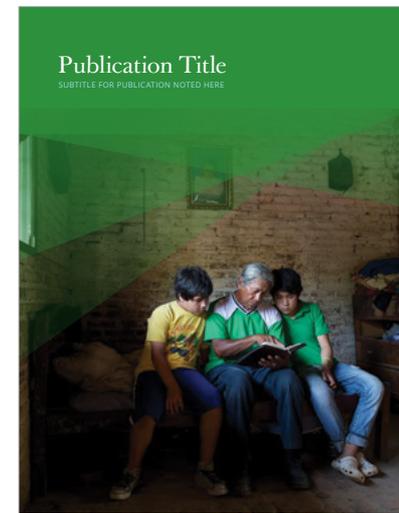


Gráfico de luz com cabeçalho de 2 unidades



Gráfico de luz com rodapé de 2 unidades



Gráfico de luz com rodapé de 3 unidades



Gráfico de luz com cabeçalho de 4 unidades



Gráfico de luz com cabeçalho de 0 unidade

## 4.2.7.5 Gráfico de luz: Cor

Como o gráfico de luz pretende sugerir uma sensação natural de luz, ele será criado principalmente com opacidades variadas de branco. Em alguns casos, você pode querer substituir uma cor aprovada para criar o gráfico de luz. A escolha da cor afetará o nível de formalidade que você deseja alcançar (ver item [4.3.2](#)). É essencial que a aplicação da cor e suas opacidades transmita a aparência da luz.

- ✓ **Como usar cor no gráfico de luz**
  - Use apenas cores de nossa paleta aprovada (ver item [4.2.5](#)).
  - Em casos raros, você pode ajustar ligeiramente as opacidades do gradiente de cor para obter o efeito de luz em um fundo. Não altere os níveis de opacidade a menos que seja visivelmente necessário.
  - Use tons monocromáticos ou cores únicas combinadas com branco.
  - Evite usar várias cores em um tratamento de gráfico de luz.

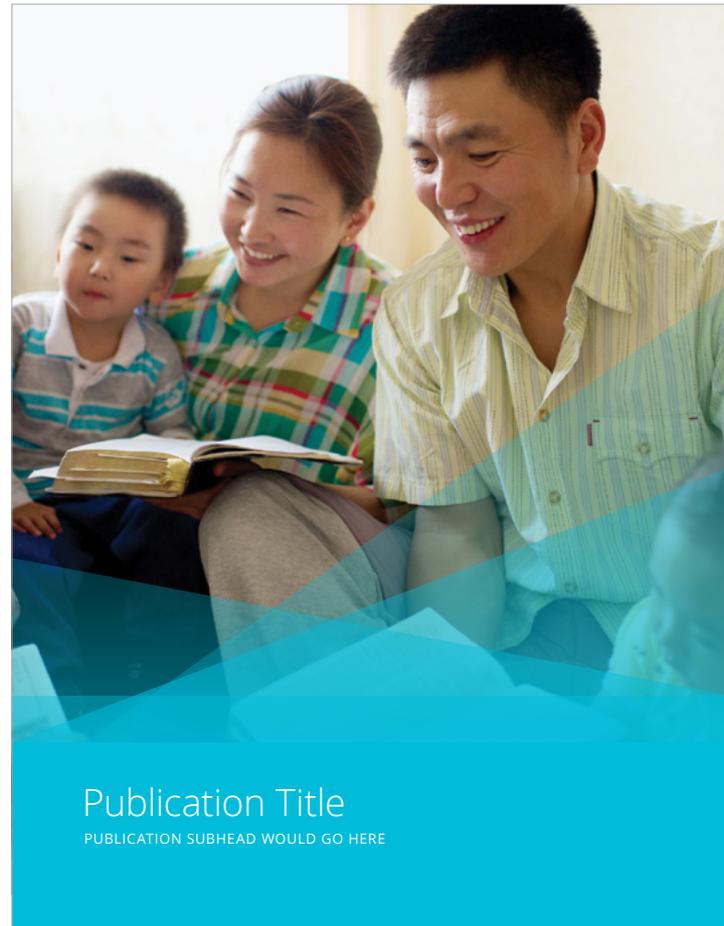


Gráfico de luz criado em azul 20 com um rodapé de 2 unidades

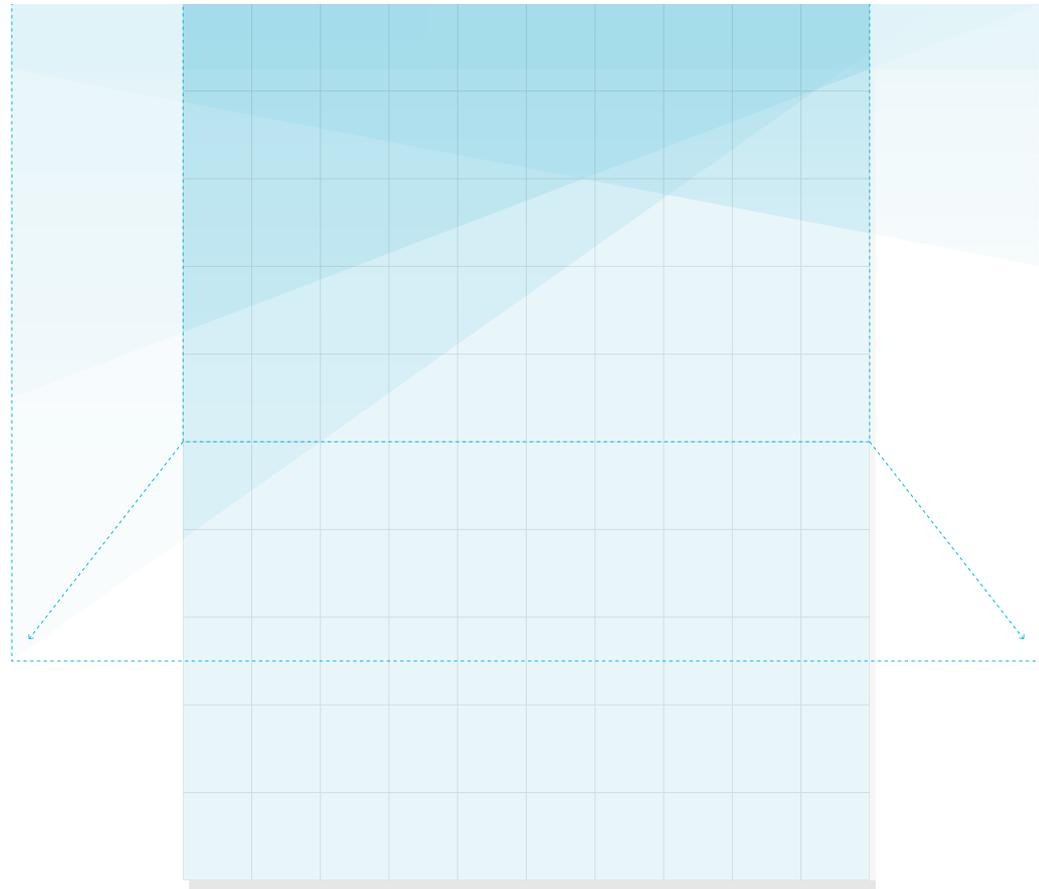
## 4.2.7.6 Gráfico de luz: Escala

Por conveniência, um gráfico de luz aprovado está disponível para uso sem a necessidade de construir cada forma individual. Esse gráfico pode ser dimensionado para criar diferentes aparências e acomodar vários formatos. Um gráfico de luz aprovado deve ser dimensionado proporcionalmente. Evite esticá-lo horizontalmente ou verticalmente.

Os gráficos de luz aprovados estão disponíveis para download em [TitanDam.ChurchofJesusChrist.org](https://TitanDam.ChurchofJesusChrist.org).

✔ *Para manter o reconhecimento e proteger nossa imagem comercial, um gráfico de luz aprovado deve:*

- 1. Ser dimensionado proporcionalmente (mesmo aumento ou diminuição horizontal e vertical).*
- 2. Permitir que todas as quatro formas do gráfico de luz sejam visíveis.*



### Método “empurrar-puxar”

*Um gráfico de luz aprovado pode ser colocado em um desenho e “empurrar” ou “puxar” para alcançar a aparência desejada. Neste exemplo, ele foi dimensionado proporcionalmente 150 por cento e todas as quatro formas do gráfico estão visíveis.*

## 4.2.7.6 Gráfico de luz: Escala (continuação)

### Original

*Dimensionamento-padrão de gráfico de luz (de borda a borda).*



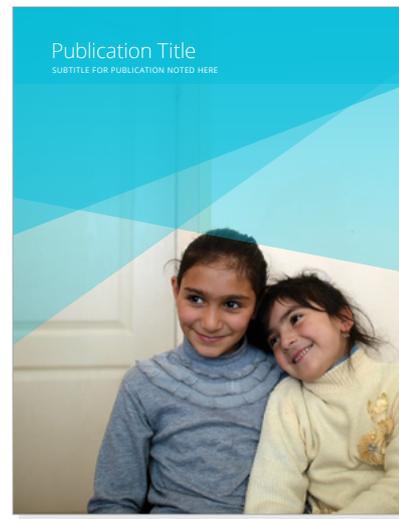
Gráfico de luz aumentado para 150 por cento



Gráfico de luz aumentado para 200 por cento



Gráfico de luz aumentado para 300 por cento



Os exemplos anteriores mostram efeitos variados do método empurra-puxa. O gráfico de luz aprovado é o mesmo para cada um, mas foi dimensionado em diferentes graus.

## 4.2.7.7 Gráfico de luz: Proporções diferentes

O gráfico de luz e seu método de aplicação empurra-puxa também podem ser eficazes em layouts de proporções mais extremas. Ao projetar para formatos que são distintamente estreitos ou proporcionalmente diferentes, continue a ter em mente uma grade de  $10 \times 10$  e não estique o gráfico de luz para acomodar proporções diferentes.

Uma versão estreita do gráfico de luz pode ser usada em casos raros em formatos que são significativamente mais retangulares do que  $21,5 \times 28$  cm. O gráfico de luz estreito também é construído em uma grade de  $10 \times 10$ , mas com proporções de forma diferentes. Use-o com moderação.



**Gráfico de luz-padrão**  
(Forma geral de 10 unidades de largura  $\times$  5 unidades de altura com base em um formato de  $21,5 \times 28$  cm.)



**Gráfico de luz estreito**  
(Forma geral de 10 unidades de largura  $\times$  2 unidades de altura com base em um formato de  $21,5 \times 28$  cm.)



Gráfico de luz-padrão (de borda a borda), grade de  $10 \times 10$  com barra lateral de 4 unidades

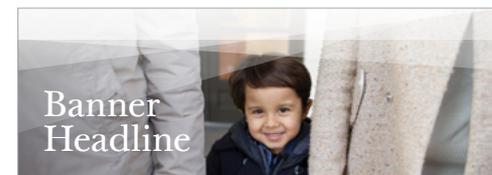


Gráfico de luz estreito (de borda a borda), grade de  $10 \times 10$  com um cabeçalho de 0 unidade



Gráfico de luz-padrão (aumento de 25 por cento), grade de  $10 \times 10$  com rodapé de 2 unidades



Gráfico de luz-padrão (de borda a borda), grade de  $10 \times 10$  com um cabeçalho de 3 unidades



Gráfico de luz-padrão (aumento de 25 por cento), grade de  $10 \times 10$  com rodapé de 3 unidades



Gráfico de luz-padrão (de borda a borda), grade de  $10 \times 10$  com cabeçalho de 3 unidades



Gráfico de luz estreito (de borda a borda), grade de  $10 \times 10$  com cabeçalho de 3 unidades

## 4.2.8 Grade

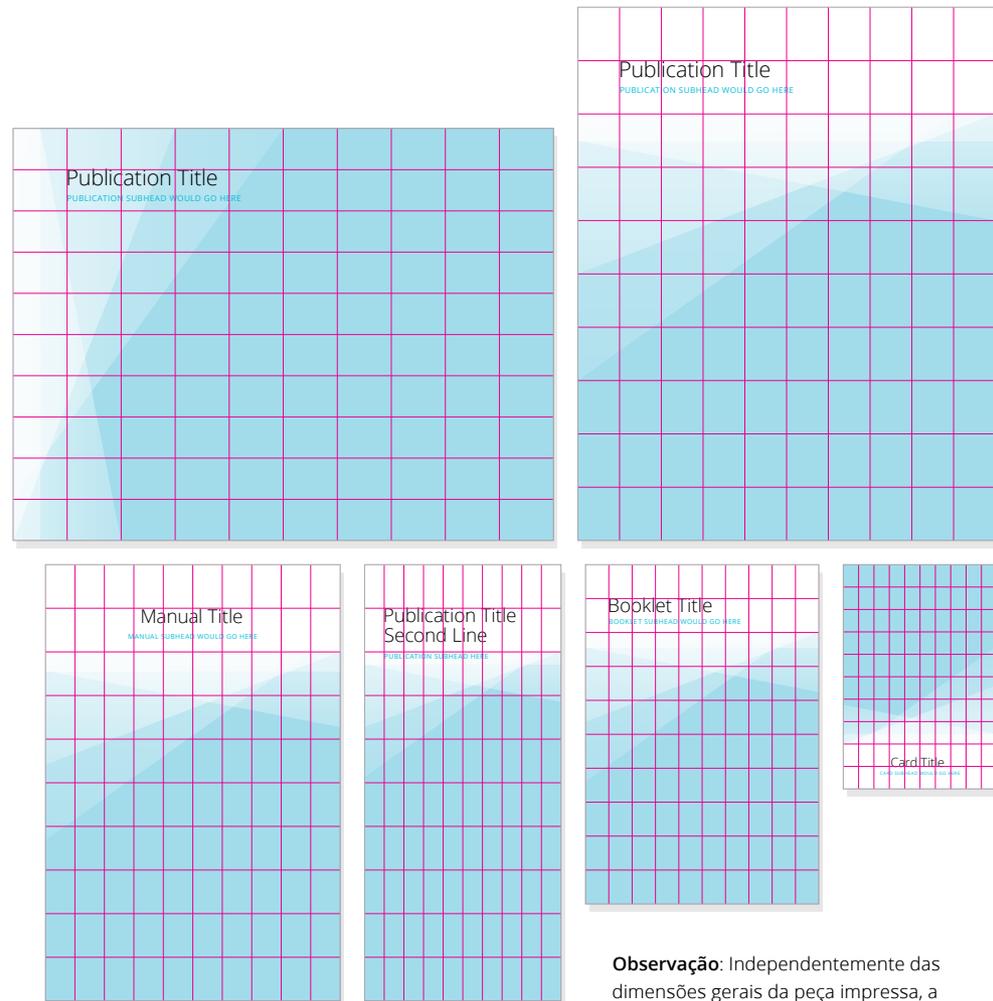
### 4.2.8.0 Grade de impressão

Layouts com base em uma grade subjacente têm mais probabilidade de ter uma consistência visual geral do que aqueles sem uma grade. O sistema de grade descrito aqui ajudará você a estabelecer hierarquias entre gráficos, imagens e tipo. Quando aplicada de modo consistente, a grade nos ajudará a alcançar uma presença de design de impressão poderosa e coesa.



#### **Construção de grade**

*Para criar a grade de impressão, divida o tamanho de corte vertical e horizontal de seu documento por 10. Isso lhe dará uma grade de 10 × 10. Todos os layouts neste guia têm como base essa grade. Ocasionalmente, é útil dividir as unidades na grade ao meio. Isso cria mais opções para o posicionamento de vários elementos ao mesmo tempo em que se alinha com a grade geral.*



**Observação:** Independentemente das dimensões gerais da peça impressa, a grade de 10 × 10 se estende de borda a borda, vertical e horizontalmente.

## 4.2.8.1 Grade digital

Ao contrário dos materiais impressos, que possuem medidas fixas, os produtos digitais serão aplicados a uma variedade de dispositivos e tamanhos de tela. Para permitir essas variações, os produtos digitais são criados usando web design ajustável e uma grade digital fluida de 12 colunas. Essa abordagem permite que o mesmo design se aplique a telas grandes e pequenas.

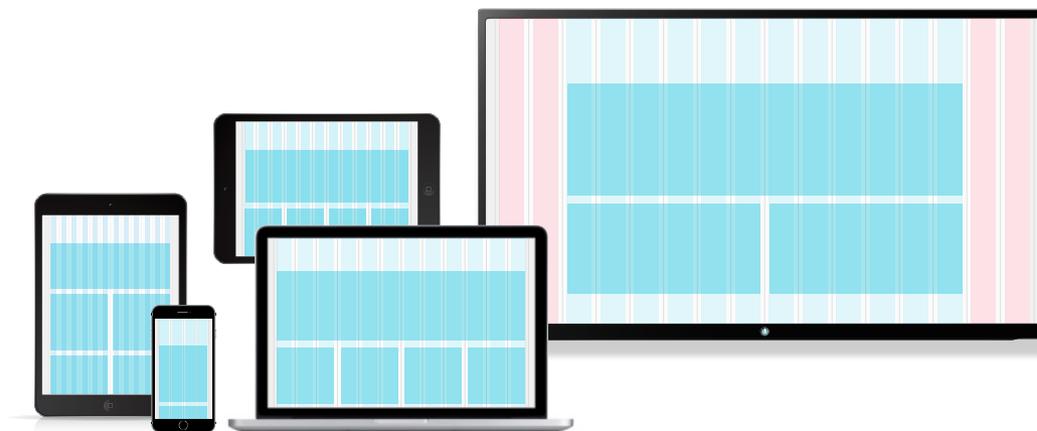
### Priorizar dispositivos móveis

Os produtos digitais devem usar uma estratégia que priorize dispositivos móveis: os designs devem ser adaptados para facilitar a leitura, a navegação e o acesso em um dispositivo portátil.

- Identifique o conteúdo mais importante.
- Esteja atento ao tamanho do texto e da imagem em dispositivos pequenos.
- Torne a navegação, os links e os botões fáceis de manipular.



*Embora pesquisas mostrem que muitos dos visualizadores de produtos digitais da Igreja usam computadores e notebooks, as visualizações globais em dispositivos móveis continuam a aumentar. Ao aplicar uma estratégia que prioriza os dispositivos móveis, ajudamos a garantir uma experiência positiva para o usuário agora e no futuro.*



✓ *No design ajustável, as medidas da coluna são determinadas não por uma contagem de pixels definida, mas por uma porcentagem da tela de visualização. Componentes projetados de forma ajustável determinarão essas medições automaticamente.*

#### DISPOSITIVOS MÓVEIS PEQUENOS (TELEFONES)

**Grade:** 4 colunas

**Layout:** 1 coluna. Use layouts de 2 colunas com moderação. As informações não devem ser densas.

**Interação do usuário:** Toque do dedo. Crie pontos de interação para facilitar a manipulação.

#### DISPOSITIVOS MÓVEIS MAIORES (TABLETS)

**Grade:** 12 colunas

**Layout:** Use layouts de 1 ou 2 colunas na orientação retrato. Até 4 colunas em paisagem.

Densidade de informações média a solta.

**Interação do usuário:** Toque do dedo. Crie pontos de interação para facilitar a manipulação.

#### MONITORES (NOTEBOOKS, COMPUTADORES)

**Grade:** 12 colunas

**Layout:** Acomoda uma variedade de layouts de coluna. Informações densas podem ser apropriadas, mas sempre considerem a facilidade de leitura.

**Interação do usuário:** Teclado, mouse ou touchpad permitem pontos de interação menores.

#### TELEVISORES OU TELAS DE PROJEÇÃO

**Grade:** 12 colunas com uma margem de duas colunas em cada lado. Não coloque o conteúdo nas margens, mesmo para imagens sem bordas.

**Layout:** Trate como um tablet para acomodar resoluções mais baixas. Densidade de informação solta.

**Interação do usuário:** Use pontos de interação grandes para navegação simples pelo controle do jogo, telefone ou controle remoto tradicional.

## 4.3 Design intencional

Os produtos de comunicação de A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias são vastos — e tão diversos quanto os membros e aqueles que não são de nossa religião que os veem. O design intencional mostra uma consideração deliberada das pessoas, do propósito e do local para os quais cada produto foi criado. Assunto, audiência e decoro estipularão vários graus de formalidade, mas nossa identidade visual geral permanece inconfundível.

Em vez de repetir um modelo padronizado em categorias de produtos, cada peça de comunicação deve ser pensada e preparada individualmente. O design intencional permite uma variedade na formalidade da aparência com base em nossos elementos-chave de design.



A combinação de cores, tipografia e estilos de imagens de nossos padrões de identidade pode gerar um amplo espectro de aparências apropriadas, do formal ao informal.

Formal ← ————— → Informal

# Formal

Ao praticar o design intencional, considere a fonte, o assunto e o cenário final para um produto. Essas perguntas podem ajudá-lo a determinar quando um produto deve incorporar uma combinação mais formal de elementos de design.

## FONTES



A fonte é uma pessoa ou uma autoridade específica?

### Exemplos mais formais:

- *Palavra do Senhor (por exemplo, escrituras, proclamações)*
- *Primeira Presidência*
- *Quórum dos Doze Apóstolos*
- *Autoridade geral*
- *Presidências de organizações da Igreja*

## CONTEÚDO



O conteúdo é sensível ou de natureza sagrada?

### Exemplos mais formais:

- *A Expição de Jesus Cristo*
- *Ordenanças do templo*
- *Liberdade religiosa*
- *Dependência*
- *Abuso e maus-tratos*

## AMBIENTE



O produto será visto e usado em um ambiente formal?

### Exemplos mais formais:

- *Administração da Igreja*
- *Funções de liderança*
- *Comunicação para a mídia*
- *Adoração no templo*
- *Formulários e documentos oficiais*

# Informal

Embora haja um tempo e lugar para produtos formais, tenha em mente que todos os entrevistados da pesquisa — membros ativos, membros menos ativos e pessoas abertas à espiritualidade — reagiram de maneira mais positiva a designs brilhantes, convidativos e otimistas. A maioria dos produtos da Igreja tenderá para o lado informal do design intencional.

## FONTE



A fonte vem da Igreja em geral?

### Exemplos menos formais:

- . *Conteúdo do manual de lições*
- . *Materiais educacionais*
- . *Programas da organização da Igreja*
- . *Mensagens de compartilhamento do evangelho*

## CONTEÚDO



O conteúdo é adequado para o público em geral?

### Exemplos menos formais:

- . *Princípios do evangelho*
- . *Lar e família*
- . *História da família*
- . *História da Igreja*
- . *Autossuficiência*

## AMBIENTE

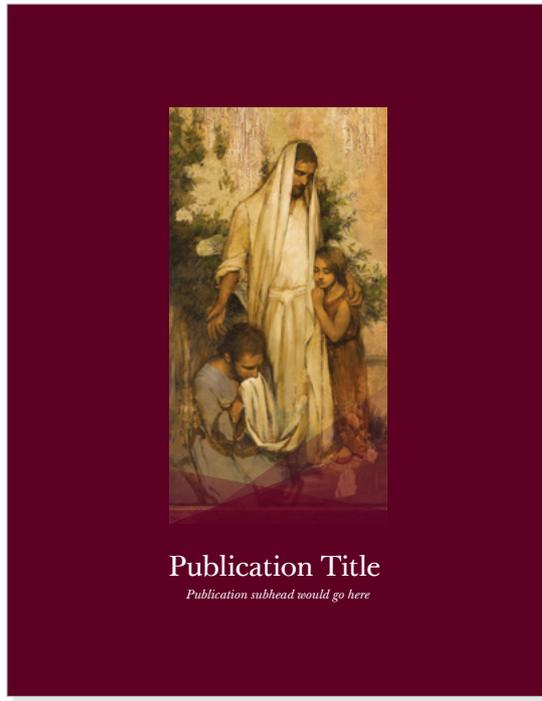


O produto será visto e usado em um ambiente menos formal?

### Exemplos menos formais:

- . *Debate em sala de aula*
- . *Noite no lar*
- . *Compartilhamento pessoal*
- . *Estudo individual*
- . *Redes sociais*

## 4.3.0 Comunicações formais



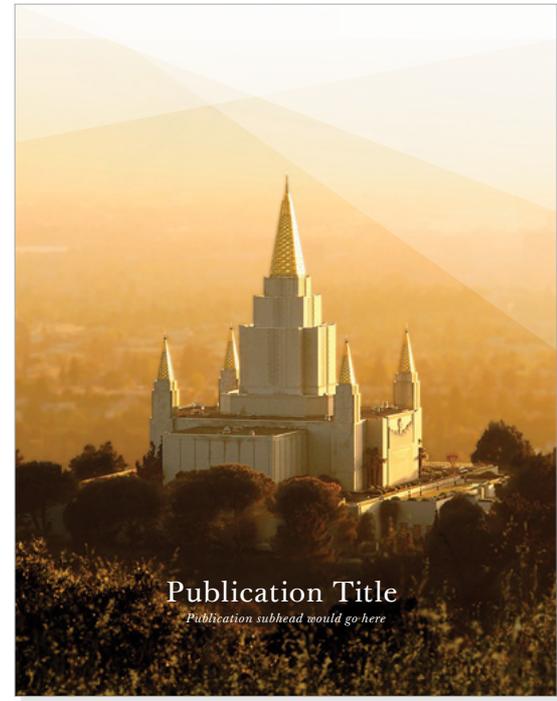
### Mais cores formais

*Usadas com mais frequência em produtos praticamente permanentes, as cores profundas, ricas e atemporais de nossa paleta apresentam um visual mais digno.*



### Tipografia mais formal

*O uso ponderado ou exclusivo das famílias tipográficas McKay acrescenta um nível de formalidade às comunicações.*



### Imagens ou layout mais formais

*Produtos mais formais podem usar fotografias e ilustrações em estilo retrato que são elegantes e mais suaves em estilo. Layouts moderados transmitem tradição e decoro.*

### 4.3.1 Comunicações menos formais



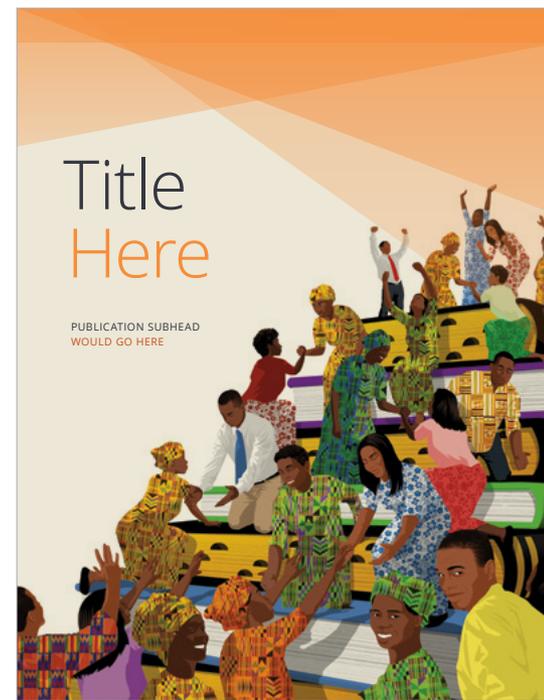
#### Mais cores informais

*As cores são brilhantes, vibrantes e amigáveis em produtos mais informais. Elas sugerem energia e trazem um sentimento motivador de confiança e alegria.*



#### Tipografia mais informal

*A tipografia é aberta e acessível. A fonte Zoram cria o visual mais informal; ela pode ser efetivamente combinada com a fonte McKay para uma aparência agradável.*



#### Imagens ou layout mais informais

*As imagens enfatizam cenários sinceros da vida real, mesmo em fotos de liderança. A ilustração pode ser uma ferramenta inestimável para transmitir mensagens metafóricas. Os designs de layout podem parecer menos estruturados.*

## 4.3.2 Flexibilidade na formalidade

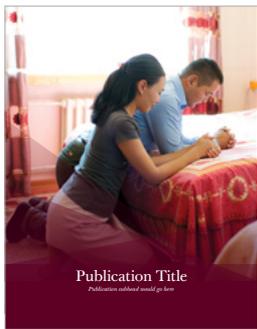
Nossa identidade visual não possui níveis definidos de formalidade. Em vez disso, os padrões permitem mudanças sutis em um design para ambos os lados do espectro por meio do tratamento de cor, da tipografia, da imagem e do gráfico de luz. Os exemplos a seguir mostram como essas nuances afetam o tom geral de um produto.



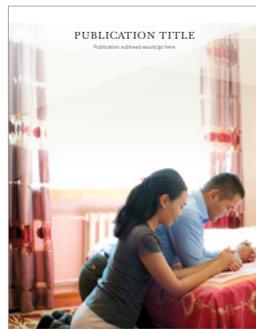
### Design intencional em ação

A flexibilidade na formalidade é uma decisão subjetiva em resposta às perguntas das páginas 117 e 118. Quando não tiver certeza, use nuances que se inclinam para um tom mais informal e pessoal.

### Mais formal



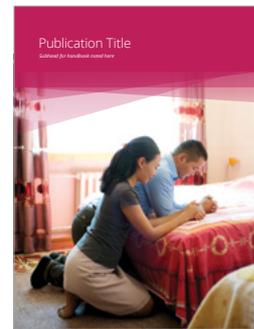
- Um vermelho escuro da paleta cria um tom reservado.
- A fonte McKay é usada tanto no título (maiúsculo) quanto no subtítulo (itálico).
- O título centralizado parece simétrico e formal.



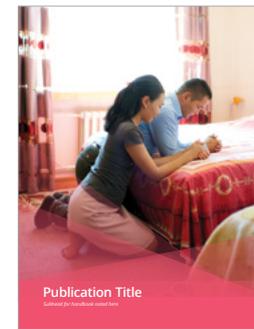
- Todas as letras maiúsculas McKay no título mantém uma sensação mais formal. O subtítulo em Zoram é um contraste sutil.
- O tratamento de luz criado em branco empresta energia e brilho.
- A foto é reposicionada para evitar gráficos de luz dividindo os rostos.



- O título na fonte Zoram Light maiúscula e minúscula, combinado com subtítulo colorido na fonte Zoram, cria níveis neutros de formalidade.
- O gráfico de luz acentua uma conexão com o céu durante a oração.
- Essa aplicação de formalidade intermediária é onde muitos produtos vão ficar.



- O gráfico de luz foi substituído por um vermelho de tom médio.
- Título ainda Zoram Light; subtítulo em itálico.
- Gráfico de luz estreito dá mais domínio à foto.
- A escolha da cor complementa outros elementos na foto.



- O rodapé gráfico de luz de 1 unidade maximiza a área para a foto.
- Gráfico de luz ajustado para um vermelho mais brilhante.
- Título em fonte Zoram Semibold; subtítulo em Zoram Itálico.



### Menos formal



- O rodapé de 2 unidades enfatiza a cor vermelha brilhante.
- O gráfico de luz tem mais sobreposição na imagem.
- Título em letras maiúsculas Zoram Extra Bold; subtítulo em letras maiúsculas itálico.
- Várias cores usadas no título.

## 4.4 Modelos

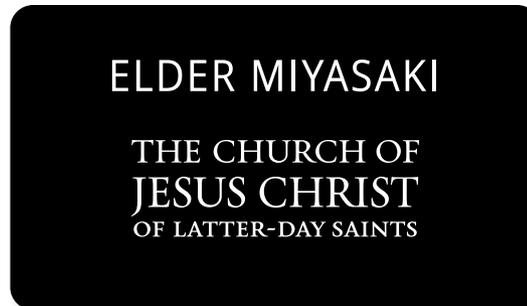


### Correspondência oficial

#### Logotipo

*As aplicações de papelaria usam apenas o logotipo. Não recrie designs de artigos de papelaria. Arquivos aprovados podem ser acessados nos sistemas de gerenciamento de ativos da Igreja (ver item [4.5](#)).*

## 4.4 Modelos



### Plaquetas de missionários

Logotipo

*O logotipo continuará a ser usado nas plaquetas dos missionários.*

## 4.4 Modelos



### **Imagem de fechamento oficial**

Símbolo de alta-fidelidade

*A imagem de fechamento de alta-fidelidade sempre usará o símbolo de alta-fidelidade, como mostrado à esquerda, em cores pré-aprovadas. Não crie uma animação de símbolo semelhante.*

## 4.4 Modelos

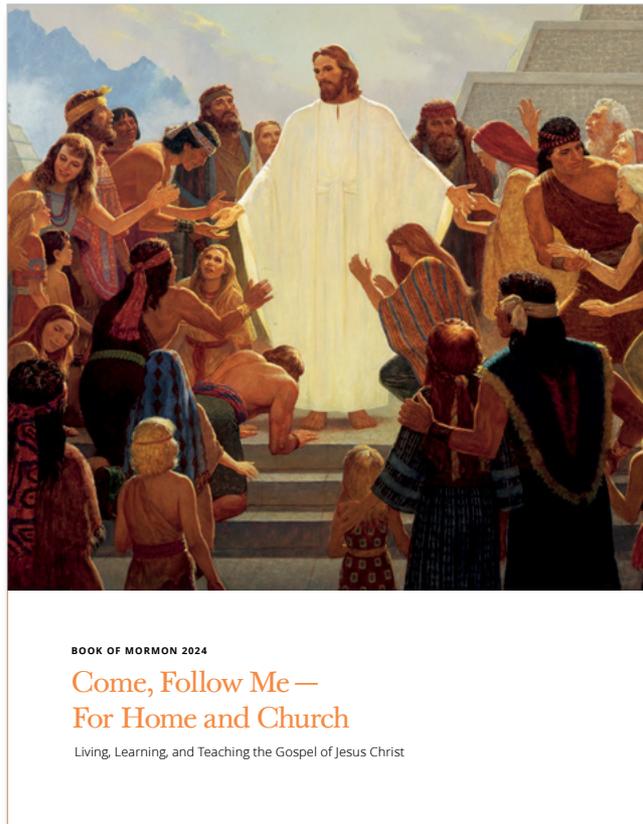


### Publicação nas mídias sociais

Símbolo de alta-fidelidade

*Semelhante ao estado final da imagem de fechamento de alta-fidelidade, a versão de alta-fidelidade do símbolo também pode ser usada para assinar postagens animadas e oficiais nas redes sociais. Esses ativos estão disponíveis na biblioteca de imagem de fechamento.*

## 4.4 Modelos



### Manual

Símbolo de baixa-fidelidade

*A configuração de símbolo de baixa-fidelidade será usada na contracapa dos manuais oficiais, como mostrado aqui. Observe que a versão invertida correta é usada em um tamanho aprovado (largura maior que 2,06 cm).*

## 4.4 Modelos

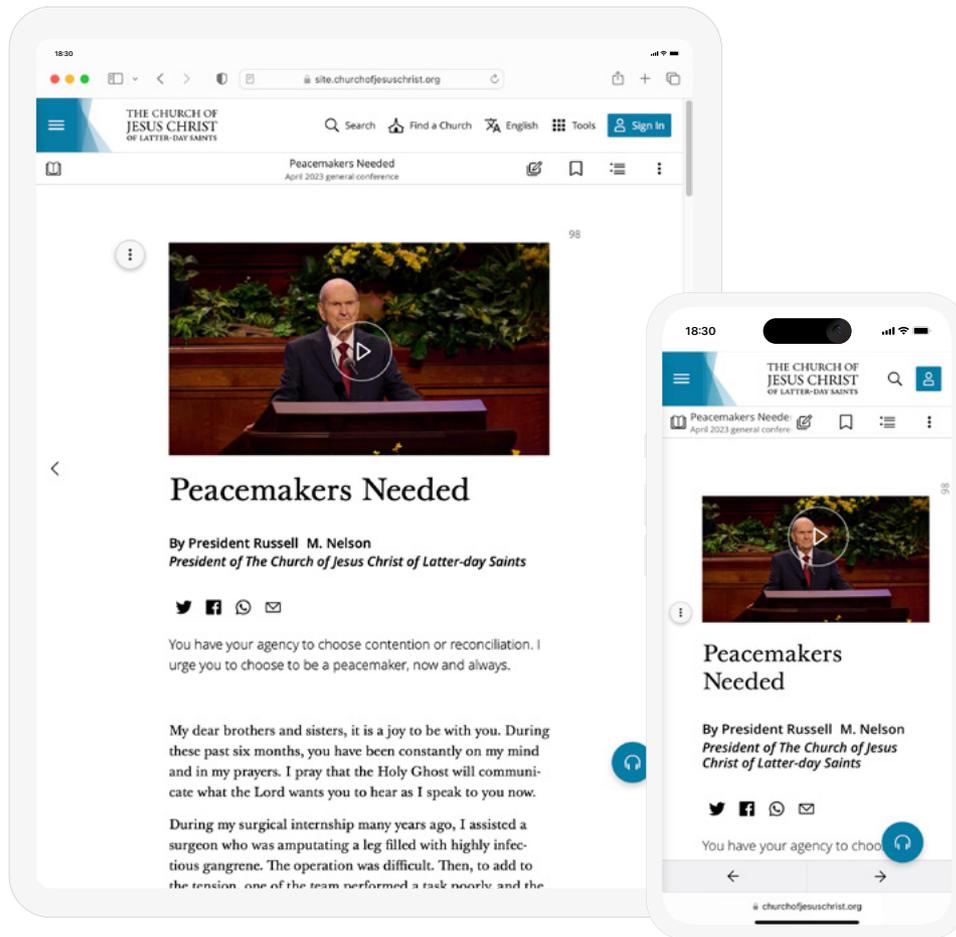


### Convite

Símbolo de baixa-fidelidade

*A configuração de símbolo de baixa-fidelidade é usada aqui em uma cor aprovada com contraste suficiente. Observe que a versão positiva correta é usada em um tamanho aprovado (largura maior que 2,06 cm).*

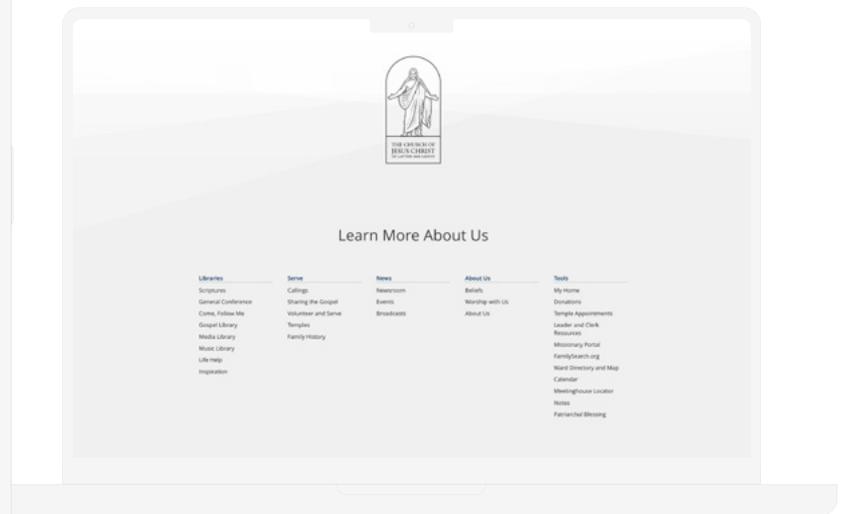
## 4.4 Modelos



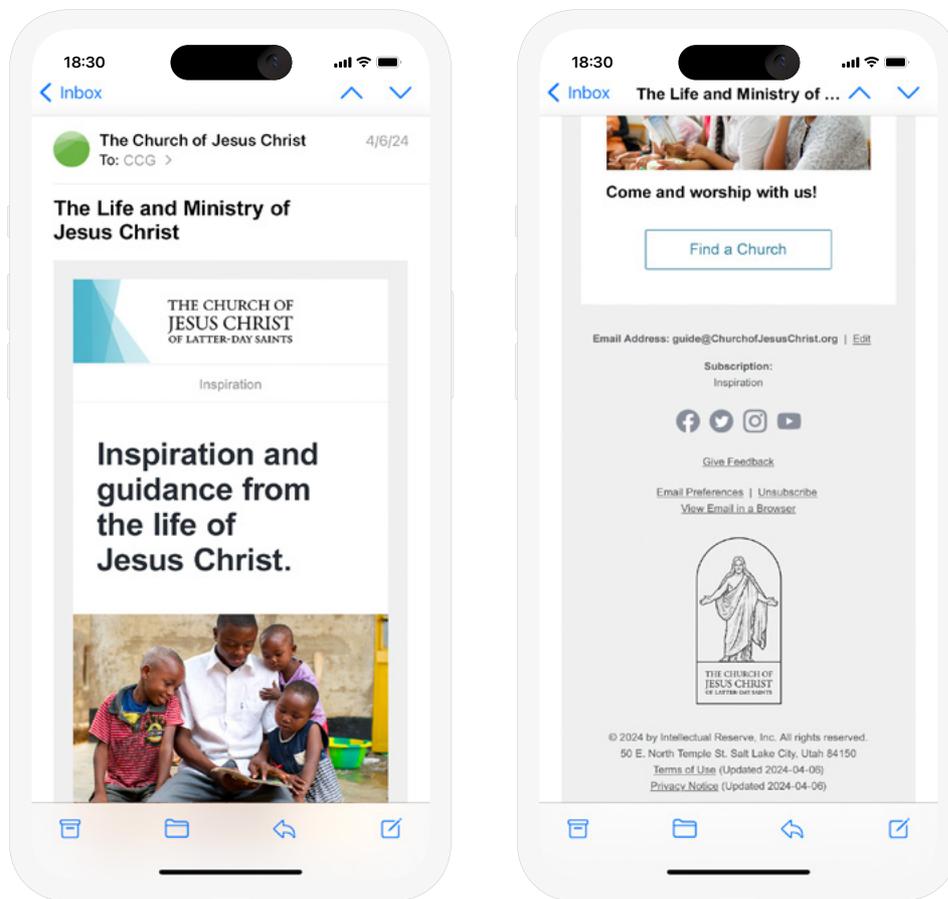
### Site

Gráfico de luz (cabeçalho) e símbolo de baixa-fidelidade (rodapé)

*O cabeçalho e o rodapé-padrão do site devem ser tratados conforme mostrado a seguir.*



## 4.4 Modelos



### E-mail

Símbolo de baixa-fidelidade

*Os exemplos à esquerda representam o rodapé a ser usado em todas as comunicações oficiais por e-mail. Observe o uso do gráfico de raios de luz no cabeçalho e o símbolo de baixa-fidelidade no rodapé.*

## 4.4 Modelos



### Cartaz e faixa

Logotipo e símbolo de baixa-fidelidade

*Devido às linhas de ilustração mais simples, o símbolo de baixa-fidelidade em positivo ou inverso é mais adequado para aplicações de impressão. Os exemplos à esquerda também mostram como os layouts podem variar ao usar o símbolo versus o logotipo apenas.*

## 4.4 Modelos

**Memorandum**

Date: August 14, 2024

To: Aliquet bibendum enim, Nunc vel risus

CC: Ipsum a arcu, Dolor sit amet, Consectetur adipiscing elit, Sed do eiusmod tempor, Incidunt ut labore

From: Bibendum at varius vel pharetra

Dept: Tristique et egestast

Subject: Lorem ipsum dolor sit amet

---

Sagittis vitae et leo duis ut diam quam nulla porttitor. Feugiat nibh sed pulvinar proin gravida hendrerit lectus a.

Commodo quis imperdiet massa tincidunt. Nunc id cursus metus aliquam. Urna cursus eget nunc scelerisque viverra mauris in aliquam. Accumsan lacus vel facilisis volutpat est. At in tellus integer feugiat scelerisque varius. Nunc aliquet bibendum enim facilisis gravida neque. Viverra aliquet eget sit amet tellus cras adipiscing enim eu. Tortor dignissim convallis aenean et. Nunc sed augue lacus viverra. Pellentesque massa placerat dui ultricies lacus sed turpis tincidunt id.

Id volutpat lacus laoreet non curabitur. Sit amet consectetur adipiscing elit ut aliquam purus. Euismod quis viverra nibh cras pulvinar mattis nunc. In iaculis nunc sed augue lacus viverra vitae congue eu.

**Eget aliquet nibh**

A erat nam at lectus urna. Congue quisque egestas diam in arcu cursus euismod quis. Risus at ultrices mi tempus imperdiet nulla malesuada pellentesque elit.

- Quis lectus nulla at volutpat diam
- Mauris augue

*Dignissim cras tincidunt lobortis feugiat vivamus.*

Varius quam quisque id diam. Et tortor consequat id porta nibh venenatis cras sed. Cursus risus at ultrices mi tempus imperdiet nulla malesuada pellentesque. Morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac.

Version: A-0520



**Notice**

Date: August 14, 2024

To: Ipsum a arcu, Dolor sit amet, Consectetur adipiscing elit, Sed do eiusmod tempor, Incidunt ut labore

From: Bibendum at varius vel pharetra

Subject: Lorem ipsum dolor sit amet

---

Integer feugiat scelerisque varius morbi enim nunc. Aliquet eget sit amet tellus cras adipiscing enim eu. Dignissim enim sit amet venenatis urna cursus eget nunc scelerisque. Vestibulum lorem sed risus ultricies tristique nulla.

Egestas fringilla phasellus faucibus scelerisque eleifend donec. Vitae nunc sed velit dignissim sodales ut eu. Tortor dignissim convallis aenean et tortor at risus viverra adipiscing.

Non curabitur gravida arcu ac. Nec nam aliquam sem et tortor consequat. Eu mi bibendum neque egestas congue. Mauris ultrices eros in cursus turpis massa. Placerat vestibulum lectus mauris ultrices eros in cursus turpis. Sed augue lacus viverra vitae congue eu consequat ac felis.

**Fermentum leo vel**

Aliquet bibendum enim facilisis gravida neque convallis a cras. Nunc vel risus commodo viverra. Tincidunt eget nullam non nisi est sit amet facilisis. Nibh praesent tristique magna sit amet purus gravida.

- Quis lectus nulla at volutpat diam
- Mauris augue

1. Eget nulla facilisi etiam dignissim diam quis
2. Tincidunt eget nullam non nisi est sit amet facilisis
3. Sit amet consectetur adipiscing elit pellentesque habitant

*Dignissim cras tincidunt lobortis feugiat vivamus.*

Posuere morbi leo urna molestie at elementum eu. Posuere ac ut consequat semper viverra nam libero justo. Non arcu risus quis varius quam quisque id diam vel. Ut venenatis tellus in metus vulputate eu scelerisque. Sagittis vitae et leo duis ut diam quam. At lectus urna duis convallis convallis tellus id. Metus vulputate eu scelerisque felis imperdiet proin fermentum leo.

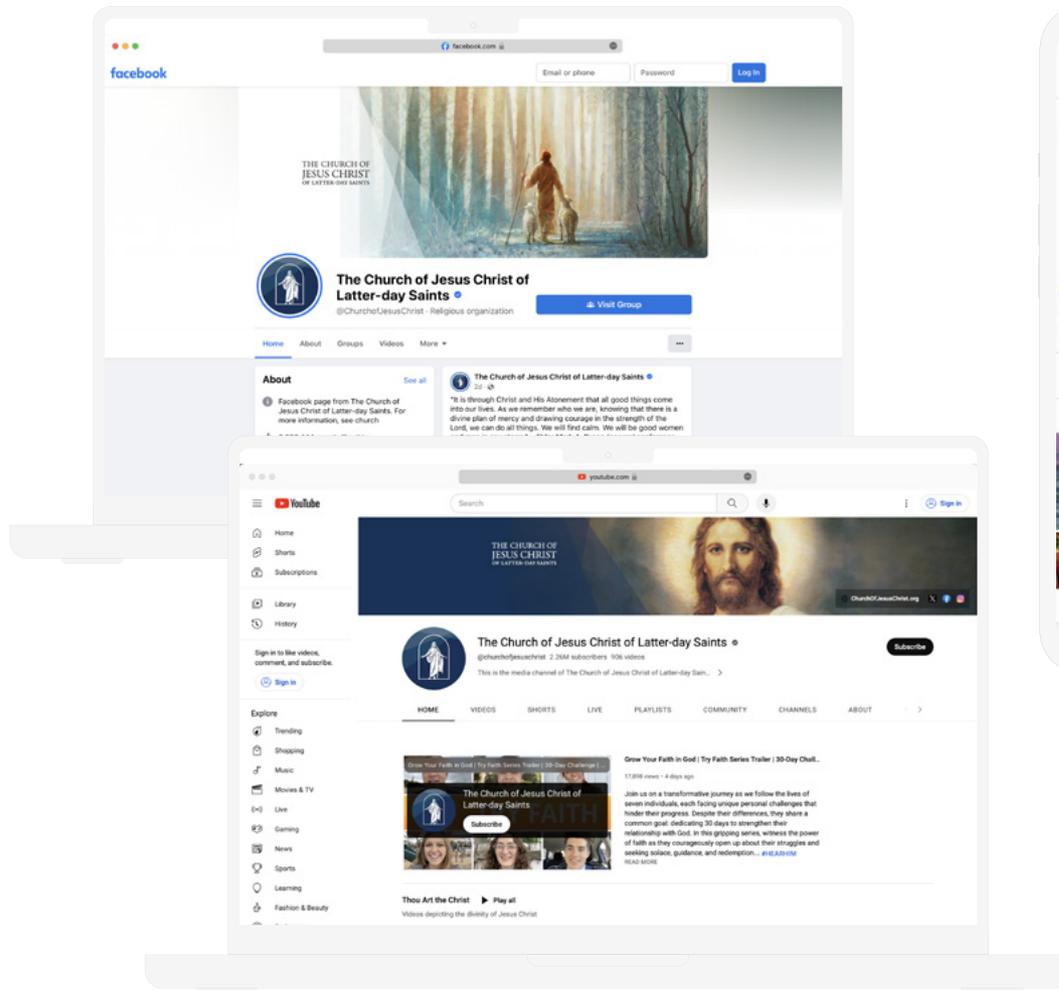
Version: A-0520



### Comunicados e memorandos oficiais Símbolo de baixa-fidelidade

*A configuração de símbolos de baixa-fidelidade é usada para todos os avisos e memorandos oficiais. Foram feitos ajustes nessa versão para minimizar a distorção e manter a representação adequada do símbolo, mesmo em uma impressora de mesa comum.*

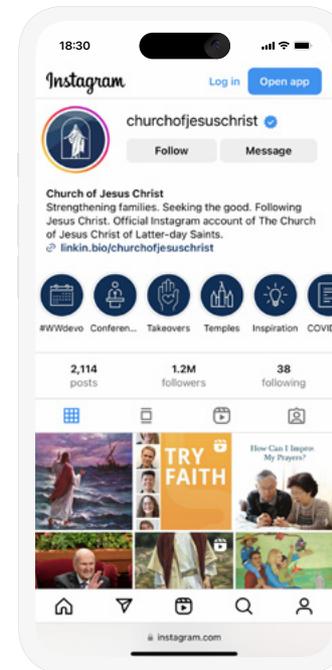
## 4.4 Modelos



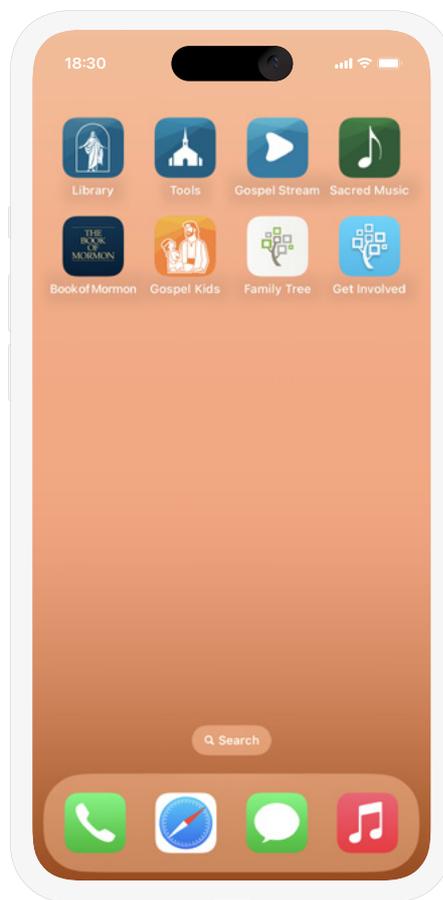
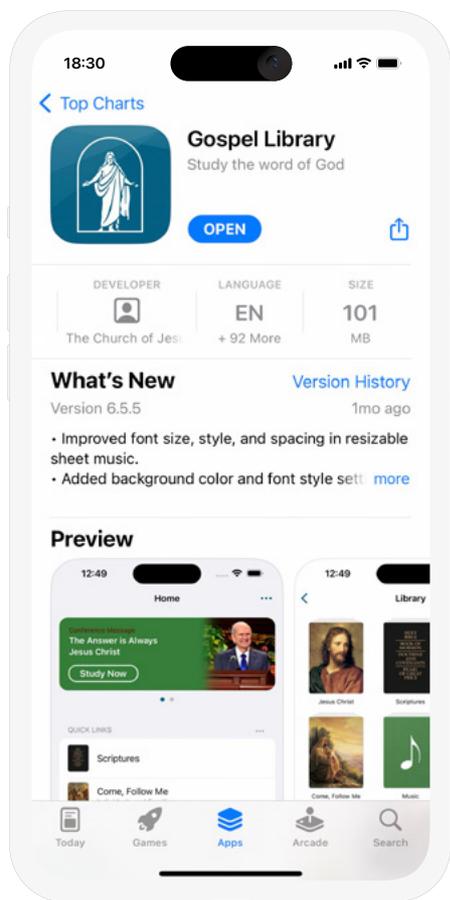
### Páginas de mídia social

Símbolo simplificado

*Para acomodar as restrições de tamanho típicas em produtos digitais, o símbolo simplificado é usado na maioria dos identificadores de ícones de mídia social.*



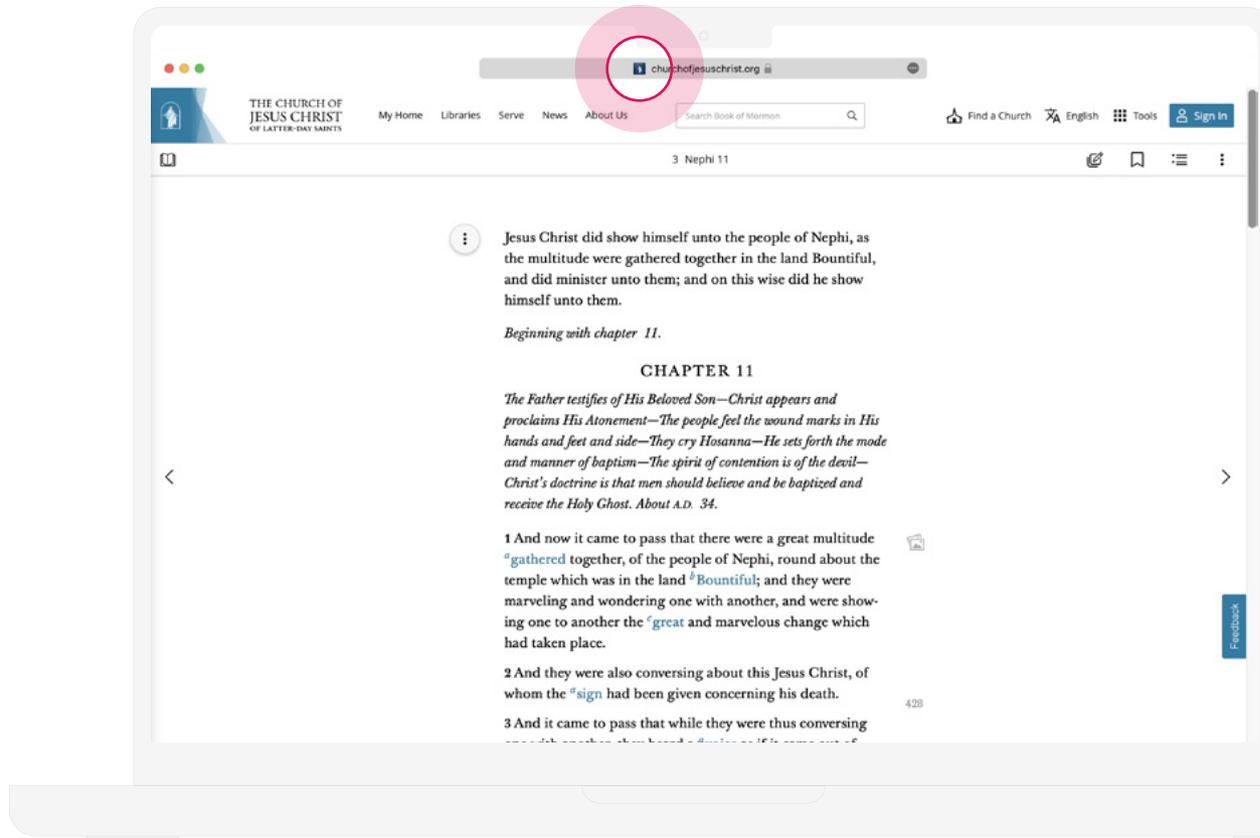
## 4.4 Modelos



### Aplicativo Biblioteca do Evangelho

Símbolo simplificado  
O símbolo simplificado é usado para produtos digitais oficiais devido a suas dimensões de pixel extremamente limitadas. O símbolo simplificado é reservado para um número limitado de aplicações mostradas neste guia (ver item [4.2.1.7](#)).

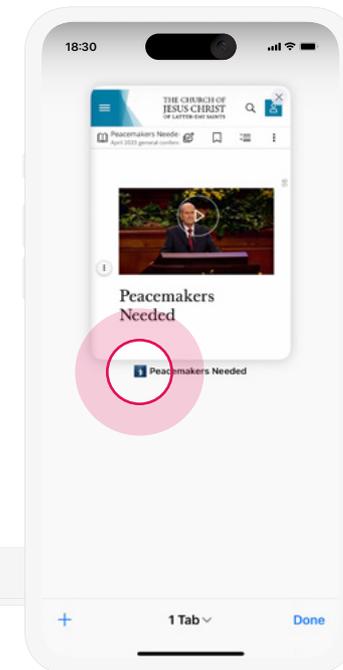
## 4.4 Modelos



### Ícones favoritos

Símbolo simplificado

Em seu menor tamanho, o símbolo simplificado serve como referência visual em sites oficiais.



## 4.5 Como obter arquivos

Os recursos visuais, incluindo o símbolo da Igreja, o logotipo e as imagens aprovadas pela Igreja, são organizados por uso do canal e acessados por meio dos sistemas de gerenciamento de ativos correspondentes.

**Se você tiver recebido aprovação** para criar produtos oficiais da Igreja e não conseguir acessar esses arquivos, entre em contato com o Departamento de Publicações da Igreja (PSD) no [PSDAssetManagementTeam@groups.ChurchofJesusChrist.org](mailto:PSDAssetManagementTeam@groups.ChurchofJesusChrist.org).

---

### Imprimir

TitanDam.ChurchofJesusChrist.org (AEM)



---

### Internet

Titan.ChurchofJesusChrist.org (Titan)



---

### Vídeo

PSAAssets.ChurchofJesusChrist.org (Nuxeo)



---

### Mídias sociais

PSAAssets.ChurchofJesusChrist.org (Nuxeo)



---

### Canais de área internacional

PSAAssets.ChurchofJesusChrist.org (Nuxeo)



## Conclusão

Ao seguirmos os princípios e padrões do *Guia de Comunicação da Igreja*, podemos ajudar os filhos de Deus a sentir Seu amor, experimentar o poder confirmador do Espírito Santo e escolher se aproximar de Jesus Cristo.

