



**Manual da Marca**

---

**CORITIBA FOOT BALL CLUB**

---

## APRESENTAÇÃO

Marca forte é o primeiro passo para se alcançar o sucesso. Mas, para ser forte, a marca precisa estar exposta corretamente, sem variações de formato e cores. A fixação da marca ocorre pela intensidade de sua repetição. O Coritiba Foot Ball Club possui sua marca amplamente divulgada nos meios de comunicação e no cotidiano. Expor essa marca de forma correta, sem distorções e com a mesma aparência em todas as repetições é a nossa meta. Seja a imagem, seja o texto, sejam as cores, tudo deve estar rigorosamente dentro das especificações do clube. E, para que não ocorram tais distorções, este **MANUAL DE USO DA MARCA** foi implementado. Ele contempla todos os símbolos do clube, demonstrando a forma de exposição, as linhas de construção, a aplicação e o padrão das cores, bem como as dimensões e os formatos.

Assim o Coritiba poderá ter sua marca aplicada corretamente, resgatando seus direitos de propriedade e cessão para uso comercial.

---

## ÍNDICE

<b>01 ELEMENTOS DE CONSTRUÇÃO.....</b>	<b>02</b>
01.01 CONCEITO.....	03
01.02 GRID DE CONSTRUÇÃO.....	04
01.03 PROPORÇÕES.....	05
01.04 ÁREA DE PROTEÇÃO.....	06
01.05 TAMANHOS E REDUÇÕES.....	07
01.06 TIPOGRAFIA.....	08
01.07 LOGOTIPO.....	09
01.08 RAZÃO SOCIAL.....	10
01.09 PROIBIÇÕES.....	11
<b>02. CORES.....</b>	<b>14</b>
02.01 PADRÃO DE CORES.....	15
02.02 VERSÃO MONOCROMÁTICA.....	16
02.03 TRAÇO.....	17
02.04 ALTO E BAIXO RELEVO.....	18
02.05 VERSÃO PREMIUM.....	19
02.06 APLICAÇÃO EM FUNDOS.....	20
02.07 PROIBIÇÃO DE CORES.....	21
<b>03. CONTATO.....</b>	<b>22</b>

---

# I.0 ELEMENTOS DE CONSTRUÇÃO

---

## 01.01 CONCEITO

A idéia central de seu significado como elemento gráfico é constituída por um círculo simbolizando o globo terrestre. Nas partes superior e inferior do círculo, um desenho raiado, lembrando calotas polares em visual de alto relevo. Em torno do círculo, no interior de duas linhas paralelas periféricas, está gravado o nome do CORITIBA FOOT BALL CLUB, por extenso, com a grafia PARANÁ no espaço inferior, e, com destaque no centro do globo, as iniciais C.F.C.



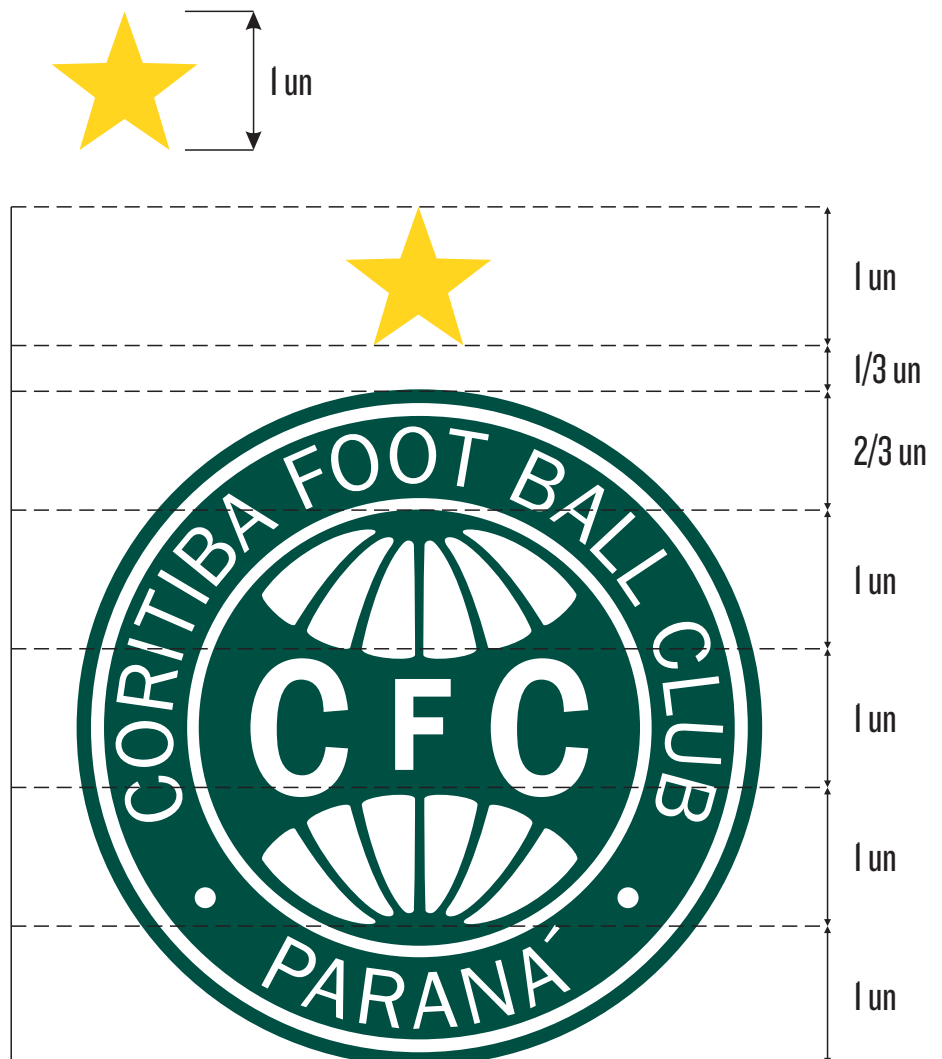
## 01.02 GRID DE CONSTRUÇÃO

A grade construtiva da marca tem a função de orientar sua construção servindo nas situações onde os arquivos digitais não funcionem como original de reprodução, como, por exemplo, a pintura à mão. Esta grade servirá também para a reconstrução da marca caso se extraiem os arquivos digitais.



## 01.03 PROPORÇÕES

Para a utilização de qualquer marca, existe uma série de proporções que devem ser seguidas para mantê-la correta e íntegra. Como unidade fixa para a proporção é utilizada a altura da estrela. Através desta medida é possível reproduzir corretamente todos os elementos da marca.



## 01.04 ÁREA DE PROTEÇÃO

A área de proteção é uma medida mínima de espaçamento proposto pelo Coritiba Foot Ball Club. Para obter os melhores resultados, recomenda-se utilizar, sempre que possível, uma reserva maior que o requisito mínimo.

A aplicação do logotipo oficial deve prever sempre uma área mínima de espaço livre para que possa permanecer limpa e proeminente. Dentro dessa área de exclusão, não deverá existir nenhum elemento gráfico como textos, texturas, áreas de cor, fotografias, ou similares. A dimensão da área de exclusão desta marca é aplicável para qualquer tipo de elemento gráfico que possa conflitar com a clareza da mesma. A medida tomada como base para a definição desta margem é a mesma considerada para organizar a proporção da marca, ou seja, a altura da estrela.



Lorem ipsum dolor sit amet, wisi sagittis metus. Sed fringilla, donec torquent nunc, id proin tellus magna tortor eget vitae. Bibendum metus suspendisse. Egestas torquent, diam elit nulla. Nec enim vulputate fames nunc nonummy. Ipsum nec purus porttitor, pede quisque scelerisque donec posuere in, non justo eleifend fusce in elit. Lacus nunc venenatis erat fermentum nonummy, parturient lorem. Mollis ante scelerisque odio in odio purus, aliquet non dapibus. Urna lacus, mauris consequat. At dui, sed sed fames fermentum lectus at ipsum, eget enim est a, et vestibulum, at nunc. Ante augue class dolor nullam dolor etiam, mollis metus est volutpat dui, vulputate nullam placerat pellentesque. Sociosqu tincidunt egestas aliquet donec tellus suspendisse velit nulla rhoncus metus, lorem donec nunc tortor libero dapibus. Eros vestibulum. Lorem ut nibh turpis viverra curabitur. Tellus ac enim sed lorem, eleifend nec, faucibus turpis aliquam ac fusce, etiam faucibus donec augue nibh. Eget sapien libero lacus. Feugiat curabitur a at lacinia leo tortor, molestie purus tincidunt enim posuere, aptent mattis explicabo mattis ante maecenas. Diam parturient nec quam. Ut justo ligula illum fusce, urna est. Venenatis ipsum pharetra sollicitudin curabitur vel, malesuada aenean libero etiam eu.



Exemplo de utilização da área de proteção

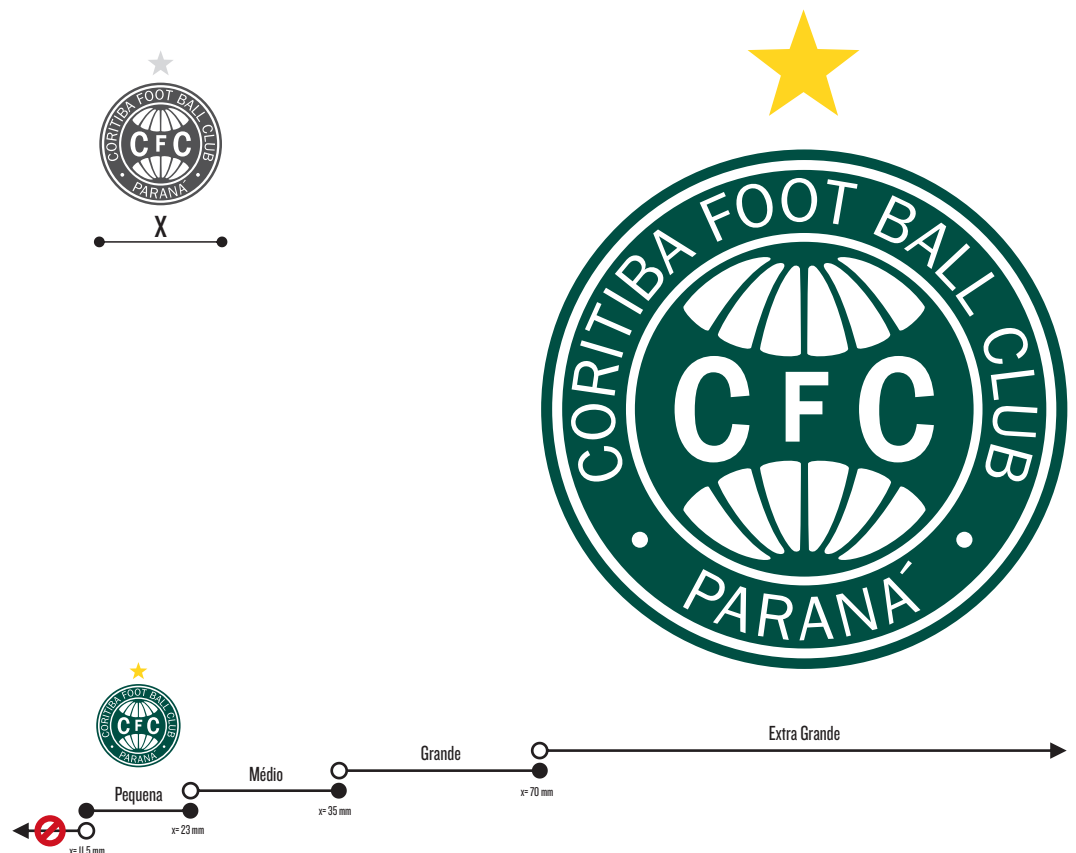


## 01.05 TAMANHOS E REDUÇÕES

Abaixo, temos a demonstração dos tamanhos padrões da marca. Dessa forma, é possível dividir os tamanhos utilizados para a marca em alguns intervalos-chave:

- Tamanho Pequeno: de 11,5 a 23 mm
- Tamanho Médio: de 23,1 a 35 mm
- Tamanho Grande: de 35,1 a 70 mm
- Tamanho Extra Grande: maior do que 70 mm

É importante ressaltar também que a redução mínima aceita para a marca é de 11,5 x 14 mm.



## 02.07 TIPOGRAFIA

Fontes padrão são aquelas que têm o seu uso liberado para utilização na marca e também em aplicações da mesma. Normalmente são fontes que estão presentes na marca e que serão aceitas em qualquer tipo de aplicação gráfica.

Fontes auxiliares são fontes que podem ser utilizadas e que, ao mesmo tempo, não estão presentes na marca. Há uma padronização nestas fontes, mas nada impede que elas possam ser trocadas em períodos de tempo relativamente menores (quando comparado ao tempo de utilização de fontes padrão).

No caso do Coritiba Foot Ball Club, estão sendo utilizadas como fontes auxiliares as famílias Apex e Knockout. No caso de aplicações mais refinadas e sérias, a família da fonte Knockout é indicada. A fonte Apex é indicada para desenvolvimento de produtos gráficos mais descontraídos.

A tipografia padrão não pode ser alterada em nenhuma circunstância, sem exceções. A fonte padrão do escudo é Arial. Além desta fonte, são utilizadas outras duas fontes como fontes auxiliares, a Apex e a Knockout. A utilização de toda a família destas fontes é permitida. Entretanto, quatro delas devem ser tidas como preferenciais: Apex Serif Medium, Apex Serif Bold, Knockout HTF50 Welterweight e Knockout HTF48 Featherweight.

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

Arial

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

Arial Negrito

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

Apex Serif Medium

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

Apex Serif Bold

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

Knockout HTF50 Welterweight

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

Knockout HTF50 Featherweight

## 02.08 LOGOTIPO

O logotipo do Coritiba deve ser sempre usado sempre nas cores preto, verde e branco e com as mesmas cores para o fundo.

Para maiores informações sobre as cores padrão, vá até a página 15.

**CORITIBA FOOT BALL CLUB**

**CORITIBA FOOT BALL CLUB**

**CORITIBA FOOT BALL CLUB**

**CORITIBA FOOT BALL CLUB**

## 02.08 RAZÃO SOCIAL

A Razão Social é o nome registrado sob qual uma empresa se individualiza e realiza as suas atividades. Ela se diferencia do nome dado a um estabelecimento ou do nome comercial com que a empresa pode ser reconhecida junto ao público, o qual é conhecido como nome fantasia.

A razão social do Clube, quando acompanhada pelo escudo, deve ser sempre usada na parte de baixo, na cor verde.

A razão social do Coritiba Foot Ball Club é composta pela marca e pelo logotipo.



**CORITIBA FOOT BALL CLUB**

## 01.06 PROIBIÇÕES

O sucesso da utilização da marca depende da clareza e consistência com que é aplicada.

Ao distorcer ou alterar as cores da marca, a mesma perde sua identidade e força.

Os exemplos a seguir ilustram alguns erros potenciais que devem ser evitados.

É importante saber também que não é possível haver nenhuma tentativa de redesenhar, modificar ou recolorir quaisquer dos elementos da marca.



 Não distorcer a marca




 É proibida a utilização da logomarca sem a estrela.




 Não rotacionar nem mover a estrela




 É proibida a sobreposição de qualquer texto ou imagem sobre a logomarca.



 Não modificar as proporções entre o texto, a estrela e o escudo.



 É proibido utilizar linhas externas ao escudo

## 01.06 PROIBIÇÕES

O sucesso da utilização da marca depende a clareza e consistência com que é aplicada.

Ao distorcer ou alterar as cores da marca, a mesma perde sua identidade e força.

Os exemplos a seguir ilustram alguns erros potenciais que devem ser evitados.

É importante saber também que não deve ocorrer nenhuma tentativa de redesenhar, modificar ou recolorir quaisquer dos elementos da marca.



É proibido substituir o “Paraná” da Marca por “Brasil”



É proibido substituir o “Paraná” da Marca por “1909”



É proibido alterar o espaçamento entre letras (Ex: Football - errado; Foot Ball - correto).



É proibido trocar a fonte da logomarca por qualquer outra.

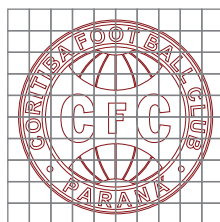
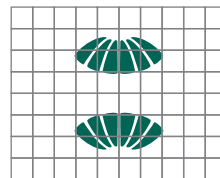
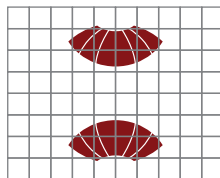
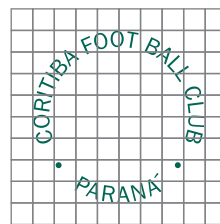
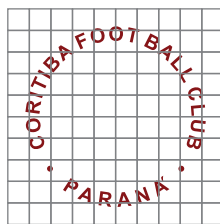
## 01.06 PROIBIÇÕES

Dentro do mercado, existem inúmeros produtos que apresentam uma marca que não está dentro dos padrões definidos pelo Coritiba Foot Ball Club. Para muitos, esta marca não possui muitas diferenças da proposta pelo clube. Abaixo, temos uma breve comparação entre a construção das duas marcas, a fim de esclarecer as diferenças entre as marcas em questão.

### Incorreta

### Correta

### Comparação



#### INICIAIS

- 1) Tamanho maior.
- 2) Fonte em negrito.

#### NOME

- 1) Tamanho maior.
- 2) Fonte em negrito.

#### CALOTAS POLARES

- 1) Tamanho maior.
- 2) Espaçamento menor entre elementos.
- 3) Cantos retos e não arredondados.

#### SOBREPOSIÇÃO E ALINHAMENTO

- 1) Nenhum dos elementos da logomarca incorreta coincidem com a correta.

## 2.0 CORES

---




## 02.01 PADRÃO DE CORES





















O padrão CMYK é utilizado para impressões gráficas em policromia.

O padrão Pantone, também conhecido como cores especiais, é utilizado para impressões em até 3 cores.

O padrão RGB é utilizado para criações feitas para computador e televisão.

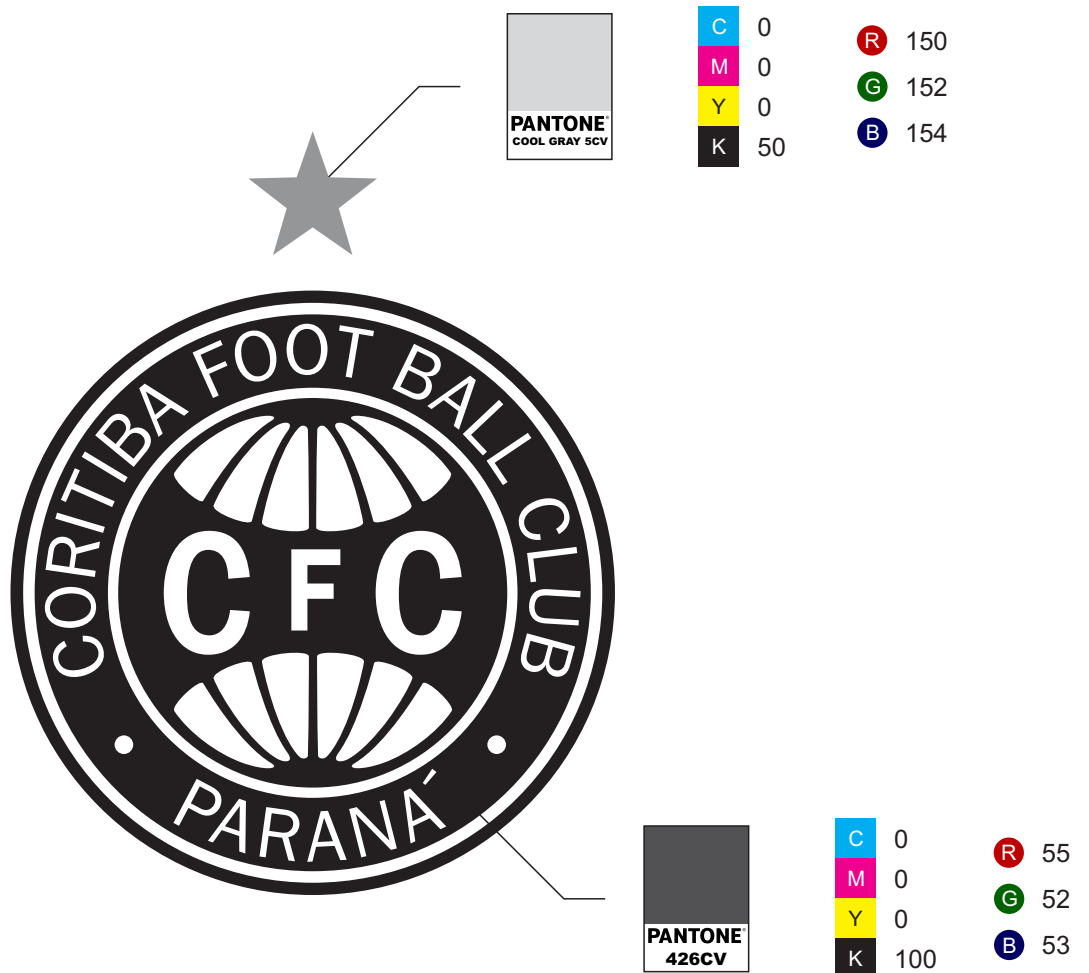
A cor, como um componente fundamental da identidade visual de uma marca, deve ser sempre utilizada de maneira correta e consistente. Para tanto, foram estabelecidas abaixo as cores dentro dos padrões mais utilizados para a produção gráfica: Pantone, CMYK e RGB. Estas cores são fixas e não podem ser alteradas em nenhuma ocasião.



	<table border="0"><tr><td>C</td><td>0</td></tr><tr><td>M</td><td>9</td></tr><tr><td>Y</td><td>95</td></tr><tr><td>K</td><td>0</td></tr></table>	C	0	M	9	Y	95	K	0	<table border="0"><tr><td></td><td>250</td></tr><tr><td></td><td>215</td></tr><tr><td></td><td>22</td></tr></table>		250		215		22
C	0															
M	9															
Y	95															
K	0															
	250															
	215															
	22															
	<table border="0"><tr><td>C</td><td>100</td></tr><tr><td>M</td><td>0</td></tr><tr><td>Y</td><td>60</td></tr><tr><td>K</td><td>50</td></tr></table>	C	100	M	0	Y	60	K	50	<table border="0"><tr><td></td><td>0</td></tr><tr><td></td><td>84</td></tr><tr><td></td><td>77</td></tr></table>		0		84		77
C	100															
M	0															
Y	60															
K	50															
	0															
	84															
	77															

## 02.02 VERSÃO MONOCROMÁTICA

Em situações onde não existe a possibilidade da aplicação de cores, a marca deve ser aplicada em sua versão monocromática, de acordo com o padrão pré-estabelecido por este manual. A versão monocromática deverá ser utilizada apenas se não for possível utilizar a versão com cores.



## 02.03 TRAÇO

A versão de traço positivo deverá ser utilizada apenas em casos especiais, em que o processo de impressão impeça o uso de mais de uma cor. As cores que podem ser utilizadas com esta versão de traço são: o verde padrão da marca do Coritiba, preto e branco.



## 02.04 ALTO E BAIXO RELEVO

A utilização de alto e baixo relevo é voltada para a gravação de materiais, onde não é possível utilizar as pré-definições de cores presentes neste manual.

A escolha entre aplicação em alto e baixo relevo depende da ferramenta utilizada, bem como seu gabarito e acabamento. No caso de ferramentas que sejam capazes de criar as duas opções, é preciso estudar a melhor forma de aplicação e a escolha será feita pelo Departamento de Marketing do Coritiba.

Para aplicações em alto e baixo relevo, existem desenhos pré-definidos para a confecção dos gabaritos. Abaixo, o gabarito para alto relevo (1), para baixo relevo (2).

1)



2)



## 02.05 VERSÃO PREMIUM

Normalmente, as versões Premium de logomarcas são utilizadas em produtos mais elegantes e sofisticados.

Dentro do mercado, produtos Premium são aqueles que possuem adicionais ou diferenciais em relação à versão comum. Desta forma, os produtos considerados Premium são destinados a um nicho de mercado específico, normalmente mais seletivo e com maior poder de compra.

Dentro do universo da Marca do Coritiba Foot Ball Club, a versão Premium deverá ser usada em produtos que possuam uma qualidade superior ou que precisem de algum diferencial. Entretanto, sempre se fazem necessários a autorização e o estudo do Departamento de Marketing do Coritiba para a utilização da mesma.

Em ocasiões especiais é permitido o uso da logomarca em sua versão premium, que tem a sua estrela dourada ao invés de amarela. As cores da marca devem ser mantidas e apenas a estrela deverá ter sua cor modificada, passando de Pantone solid coated para Pantone mettalic coated.



## 02.06 APLICAÇÃO EM FUNDOS

Dentro do processo de criação é muito difícil criar normas para a aplicação sobre fundos. Isto ocorre porque nestes casos nem sempre é possível estabelecer padrões e formatos imutáveis.

Assim, é preciso utilizar o bom senso, sempre valorizando a legibilidade e a qualidade do contraste entre marca e fundo. Algumas ações podem ser utilizadas para auxiliar a criação de uma peça clara e legível:

- O fundo não deve atrapalhar a visibilidade do limite da marca;

- No caso de cores sólidas, é preciso tomar cuidado para que ela não prejudique a visibilidade da estrela;

- Sempre deixar a marca em evidência, sem conflitar com os elementos que compõem a peça gráfica. É importante também que seja respeitada a área de proteção da marca.

A aplicação da marca deverá sempre ser desenvolvida buscando proporcionar maior impacto visual na comunicação. Por isso, os fundos e efeitos utilizados para o desenvolvimento de peças gráficas não podem prejudicar a legibilidade da marca. Dessa forma, algumas precauções devem ser tomadas, sempre tendo como principal guia o bom senso.



NÃO UTILIZAR



NÃO UTILIZAR



NÃO UTILIZAR

## 02.07 PROIBIÇÃO DE CORES

O sucesso da utilização da marca depende da clareza e consistência com que é aplicada.

Ao distorcer ou alterar as cores da marca, a mesma perde sua identidade e força.

Os exemplos a seguir ilustram alguns erros potenciais que devem ser evitados.

É importante saber também que não é possível haver nenhuma tentativa de redesenhar, modificar ou recolorir quaisquer dos elementos da marca.



É proibida a utilização de outra cor, que não a cor Padrão do Coritiba.



É proibida a utilização da Marca atual com as cores invertidas.

---

## 03 CONTATO

Para esclarecimento de outras dúvidas e envio de sugestões, favor entrar em contato com o Departamento de Marketing do Coritiba, através do email [licenciamento@coritiba.com.br](mailto:licenciamento@coritiba.com.br) ou através do número (41) 3218-1909.





Rua Ubaldino do Amaral, 37 - Alto da Glória  
80060-190 - Curitiba - PR - Fone: |41| 3218-1909  
[www.coritiba.com](http://www.coritiba.com) - [licenciamento@coritiba.com.br](mailto:licenciamento@coritiba.com.br)