



TeachBeyond

Transformational Education Services

GUIA DE MARCA E ESTILO

Propósito de um Guia de Estilo	4
A nossa marca	6
Logo	10
Cores	22
Tipografia	24
Elementos gráficos	26
Fotografia e Videografia	28
Idioma e tom	34
Redes sociais e Newsletters	38
Tradução	40
Terminologia da marca	42
Linguagem Padrão	43

O objetivo deste guia é dar-lhe as ferramentas que você precisa para representar o TeachBeyond de uma maneira apropriada e consistente. Nós esperamos que o conteúdo deste guia seja útil e inspirador enquanto procuram honrar o Senhor através da sua parceria com o TeachBeyond.

Diretrizes de estilo e marca são essenciais para criar e manter uma presença profissional e respeitada em todo o mundo. Com membros servindo em países de todo o mundo, o TeachBeyond é uma organização verdadeiramente global, e temos muito cuidado para representar bem a TeachBeyond.

Quer seja uma organização parceira ou um educador servindo com o TeachBeyond, este guia foi feito para te servir. Por favor, o consulte com frequência à medida que cria e compartilha qualquer conteúdo ou material relacionado com o TeachBeyond. Ao seguir estas diretrizes, você ajudará a marca TeachBeyond a permanecer claramente definida e reconhecível.

O guia inclui informações sobre o TeachBeyond, nossos valores, nosso tom, nossos parceiros, nosso logótipo, elementos de design, linguagem, fotografia, redes sociais e muito mais. Nós encorajamos você a ler o guia, familiarizar-se com o TeachBeyond e se juntar a nós para divulgar as Boas Novas através da educação transformacional!



A NOSSA MARCA

- O nosso nome
- Oração da visão
- Declaração da missão
- Valores, personalidade e tom

O NOSSO NOME

O nome TeachBeyond melhor capta em duas palavras simples a nossa compreensão da Grande Comissão em Mateus 28, na qual Jesus diz: "Vão e façam discípulos de todas as nações... ensinando-os a obedecer a tudo o que vos tenho ordenado."

A palavra além sugere atravessar fronteiras geográficas e culturais. Indica também o nosso compromisso de ensinar além das formas unidimensionais e utilitárias de educação a uma forma abrangente e holística que promova o crescimento pessoal, transformacional e benefício social duradouro.

O nosso nome reflete tanto a nossa missão organizacional como o nosso desafio como cristãos em pensar para além do seu contexto atual, **de encorajar o seu crescimento como educadores transformadores, de os inspirar a envolver-se**, e de os ajudar a ir para onde Deus os está guiando

VÃO e façam discípulos de todas as nações, batizando-os em nome do Pai e do Filho e do Espírito Santo, ensinando-os a obedecer a tudo o que eu ordenei a vocês. E eu estarei sempre com vocês, até o fim dos tempos.

MATEUS 28:19-20 (NVI)

DECLARAÇÃO DE MISSÃO

Como seguidores de Jesus, somos uma comunidade global que fornece serviços de educação transformadora como parte da missão contínua de Deus de transformar indivíduos e comunidades em tudo o que Ele pretende.

ORAÇÃO

Desejamos de todo o coração servir o mundo de nosso Pai, amar Jesus Cristo e ver indivíduos e comunidades transformados por Seu Espírito por meio da educação, fundamentada na Palavra de Deus.

VISÃO

Um mundo onde indivíduos e comunidades se tornam tudo o que Deus planeja

VALORES

Humildade. Excelência Amor. Parceria.

PERSONALIDADE

Ativo. Acessível. Apaixonado. Entusiasmado.

TOM

Entusiasmado e esperançoso. Claro e fácil de entender. Tratar as pessoas com dignidade da forma como as retratamos através de fotografias e cópias.

A group of children are smiling and laughing in a dusty outdoor setting. In the foreground, a young girl in a red tank top is laughing joyfully, with her arms outstretched. To her right, a young boy in a light blue shirt is also smiling broadly. Behind them, other children are visible, including a boy in a blue and white shirt and a girl in a red shirt. In the background, a woman in a pink shirt is holding a young girl in a green shirt. The ground is dusty and there is a stone wall on the left side.

LOGO

O nosso logótipo

Elementos e versões

Tamanho e espaço

Erros comuns

LOGO

ESTA É A VERSÃO PRINCIPAL DO NOSSO LOGÓTIPO. ELE USA DOIS TONS DE AZUL, JUNTAMENTE COM O NOSSO SLOGAN POR BAIXO. O LOGOTIPO SEM O SLOGAN PODE SER USADO SE O SLOGAN JÁ ESTIVER PRESENTE EM QUALQUER OUTRO LUGAR DA PEÇA OU SE TORNAR ILEGÍVEL NO TAMANHO PEQUENO.

O símbolo (círculo), o nome (TeachBeyond) e o slogan (Serviços de Educação Transformadora), compõem o logotipo do TeachBeyond. Juntos, o logotipo reflete várias ideias centrais sobre o que acreditamos. O símbolo é um livro aberto estilizado – simbólico não só da educação, mas, mais importante, o papel da Palavra de Deus na educação missional. O livro aberto é colocado num círculo, representando o globo. As linhas de cruzadas evocam uma sensação de movimento para fora – **além** –

retratando a partilha da educação em todo o mundo. As páginas do livro são representadas por três linhas e representam a integração bíblica, a adaptação transcultural e a transformação espiritual – três elementos que acreditamos serem fundamentais para que a educação missional seja eficaz. O indício de uma janela gótica que emerge na intersecção das linhas recorda o papel central que a educação tem desempenhado no crescimento da Igreja e da Igreja no desenvolvimento e difusão da educação.



USO DE CORES

Você pode usar uma versão preta sólida do logotipo em um fundo branco ou claro, fotografia, ou quando a estética exigir o seu uso.



Use o logotipo branco em qualquer fundo de cor escura, fotografia ou quando a estética exigir o seu uso.



ESPAÇO LIVRE

Para garantir a legibilidade, certifique-se de deixar espaço livre em torno do logotipo que equivale a 20% da altura do logotipo. Este espaço isola o logótipo de qualquer coisa que possa distrair ou competir com ele, como elementos gráficos ou texto.





ERROS COMUNS



Para manter a integridade da marca, há algumas regras a ter em mente. Girar, recolorir, ou distorcer o logotipo de qualquer forma compromete o logotipo. Por favor, não adicione nenhum embelezamento ao logotipo, como um contorno, sombra ou outra decoração.

FAÇA O DOWNLOAD DO LOGOTIPO EM
[TEACHBEYOND.ORG/BRAND](https://teachbeyond.org/brand)

ENVIE UM EMAIL PARA
[COMMUNICATIONS@TEACHBEYOND.ORG](mailto:communications@teachbeyond.org)
SE VOCÊ TIVER ALGUMA DÚVIDA SOBRE USAR
O LOGO.

NÃO GIRE OU ALTERE A DIREÇÃO DO
LOGOTIPO.

NÃO ESTIQUE NEM DISTORÇA O LOGÓTIPO.

NÃO OBSTRUA OU REMOVA QUALQUER PARTE
DO LOGOTIPO.

NÃO MUDE A COR DO LOGOTIPO.

NÃO ALTERE O SLOGAN OU ADICIONE TEXTO
ADICIONAL AO LOGOTIPO.

NÃO USE A MARCA DO GLOBO POR CONTA
PRÓPRIA.

LOGOTIPO EM UM FUNDO DE FOTO

Há algumas maneiras de usar o logotipo em imagens, mas deve ser utilizado com cuidado, certificando-se de que o logotipo e o tipo não estão obstruídos pela foto de fundo.



COLOQUE O LOGOTIPO NUM CANTO, PERMITINDO O ESPAÇAMENTO ADEQUADO.

NÃO UTILIZE O LOGOTIPO PRINCIPAL (COLORIDO) NUMA IMAGEM.

NÃO COLOQUE O LOGOTIPO SOBRE FUNCIONALIDADES IMPORTANTES NA FOTOGRAFIA, POR EXEMPLO, O ROSTO DE UMA PESSOA.

LIVRO DA MARCA TEACHBEYOND



OUTRAS DICAS DO LOGOTIPO

Ao usar o logotipo do TeachBeyond ao lado de outro logotipo, certifique-se de que os logotipos são dimensionados para ter igual peso visual.

Certifique-se de deixar o espaçamento adequado entre os logotipos e alinhar os logotipos através dos centros verticais ou horizontais. Uma boa ferramenta de medição é usar a largura do TeachBeyond Globe.

CENTRO HORIZONTAL ALINHADO



ESPAÇAMENTO ENTRE LOGOTIPOS

CENTRO VERTICAL
ALINHADO



LOGOTIPOS E ETIQUETAS ADICIONAIS

Ao representar uma submarca TeachBeyond, entidade nacional ou departamento, por favor, use o logotipo adequado e suas diretrizes.

Alguns departamentos podem usar o nosso "slogan do Ministério" em conjugação com o seu próprio logótipo. Usar o slogan elimina a necessidade de usar o logotipo completo da TeachBeyond nos materiais.

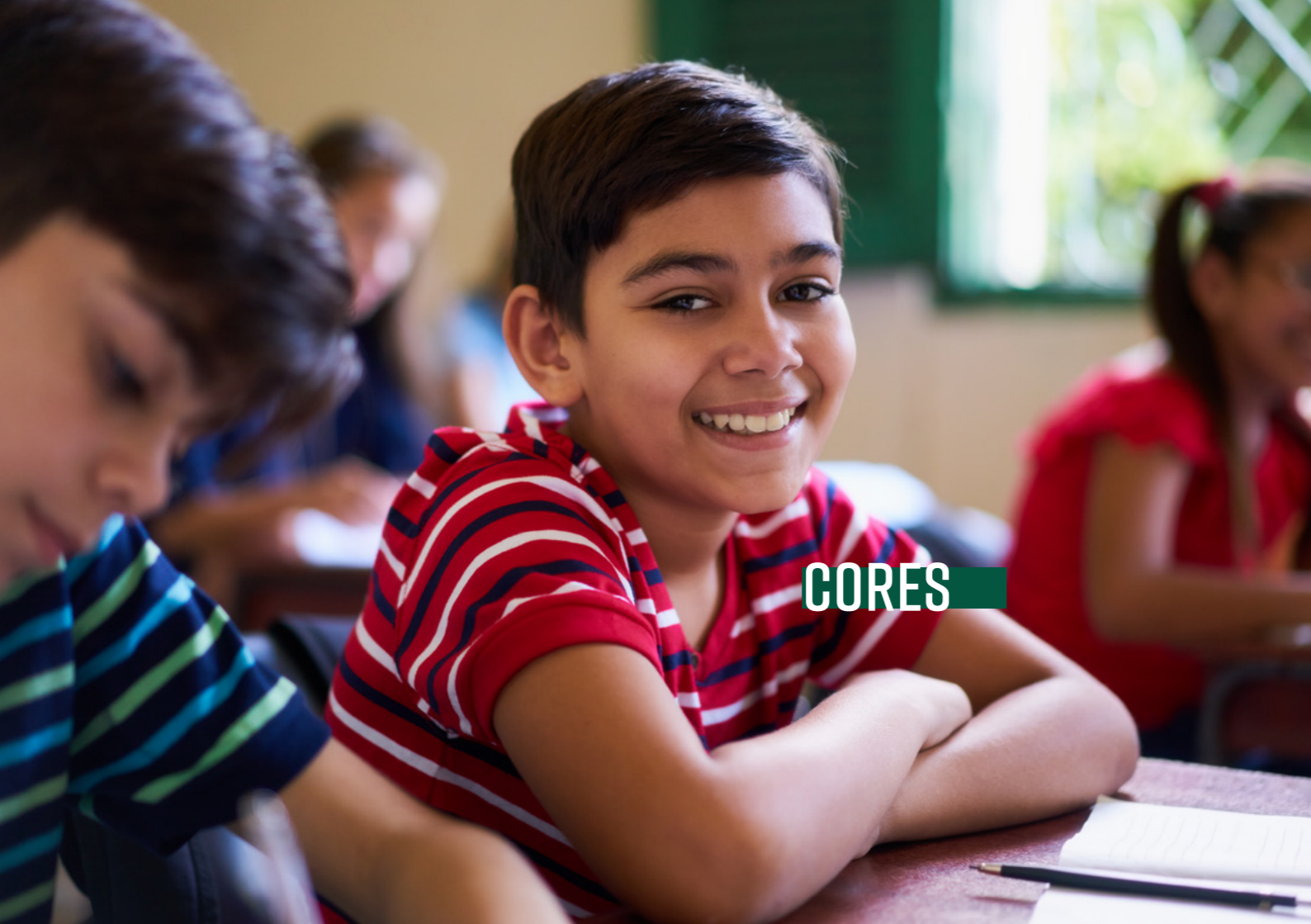


EXEMPLO DE LOGOTIPO DA ENTIDADE NACIONAL



EXEMPLO DE SLOGAN DO MINISTÉRIO





CORES

PALETA DE CORES

Nossa paleta reflete o espírito do TeachBeyond. Utilizando cores ousadas e modernas que se encontram em todo o mundo. Os nomes de cores foram escolhidos para homenagear os alimentos de diferentes culturas.

CORES

PMS 343
RGB 10 86 64
CMYK 89 41 78 38
HEX 0A5640

PMS 1625
RGB 255 164 137
CMYK 0 44 42 0
HEXADECIMAL FFA489

PMS 7700
RGB 163 200 277
CMYK 92 62 32 12
HEXADECIMAL 185A7D

PMS 7759
RGB 197 178 0
CMYK 26 22 100 1
HEXADECIMAL C5B200

PMS 174
RGB 153 57 33
CMYK 27 87 99 23
HEX 993921

SPIRULINA

PÊSSEGO

MILHO AZUL

CURRY

SUMAC



TIPOGRAFIA

AS NOSSAS FONTES

A tipografia é uma ótima ferramenta quando usada de forma consistente. Os tipos de letra, tanto para os cabeçalhos como para o corpo, representam melhor a sensação acessível, clara e global da nossa organização. Estas famílias de fontes devem ser usadas em toda a impressão e na web. **Se a Sofia Pro não estiver disponível, o Century Gothic é a alternativa preferida, que vem pré-instalada nos computadores Windows e Apple.**

Você pode alterar o tamanho da fonte com base na necessidade da peça, mas por favor mantenha intacto o tamanho e a relação entre fonte e cabeçalho, subtítulo e corpo.

SOFIA PRO

Sofia Pro Light

Sofia Pro Light Italic

Sofia Pro regular

Sofia Pro regular

Sofia Pro Medium

Sofia Pro Medium Italic

Sofia Pro Semi-Negrito

Sofia Pro Semi Negrito Italic

Onde usar o Sofia Pro:
manchetes, subtítulos e no corpo de documentos

Como usar o Sofia Pro:
MAIÚSCULA, em caso de frases

RIFT

RIFT REGULAR

RIFT MÉDIO

RIFT DEMI

RIFT NEGRITO

Onde usar o Rift:
manchetes e subtítulos

Como usar o Rift:
MAIÚSCULAS

ACTIVE

Active regular

Onde usar Active:
títulos, subtítulos e chamadas/citações

Como usar o Sofia Pro:
MAIÚSCULA, minúscula



GRÁFICO ELEMENTOS

HAITI HUNGARY INDONESIA JAPAN KAZAKHSTAN MAURITIUS
MEXICO NIGER PALESTINE PAPUA NEW GUINEA PARAGUAY
PHILIPPINES ROMANIA RUSSIAN FEDERATION RWANDA SPAIN
SWITZERLAND TANZANIA THAILAND TURKEY UNITED STATES OF

Blocos de cor para criar equilíbrio, chamar o olho para uma área específica e adicionar cor.

Country Ticker - Esta é uma lista de alguns dos países onde servimos, e é destinado a ser usado tanto como elemento informativo e elemento gráfico.

Texturas no off-white, para criar blocos mais suaves de cor, fundos ou interesse visual para fotografias ou páginas em branco.

ALCANÇAR O OLHAR

Trabalhando ao lado da cor e do tipo, os elementos gráficos ajudam a alcançar o visual e a sensação do TeachBeyond. Estes elementos destinam-se a ser usados com a intenção de destacar e apoiar outros elementos, e adicionar interesse visual aos materiais.

Estes elementos devem ser utilizados ao critério do utilizador, e devem ser sempre usados com um olho artístico. A equipe de Comunicações irá utilizar estes elementos na maioria das vezes, mas também está disponível para ajudar outros a implementá-los quando necessário.

Fronteiras "estampadas" para adicionar interesse visual e reconhecer texturas significativas encontradas em todo o mundo.



Linhas desenhadas à mão para realçar.



A young girl with braids is dancing joyfully in a room decorated with balloons. She is wearing a white dress with a colorful butterfly pattern. Another child in a pink dress is visible behind her, also dancing. The room has blue walls and a wooden cabinet in the background.

FOTOGRAFIA

E VIDEOGRAFIA

Abordagem

Exemplos

A NOSSA ABORDAGEM

Como um estilo distintivo foi desenvolvido com base na nossa personalidade e tom, e é uma parte importante da marca TeachBeyond.

Nosso objetivo é ser digno, respeitoso, atencioso e gracioso com aqueles que estamos retratando – tendo em mente o tom da nossa marca: ativo, acessível, apaixonado, entusiástico,

Rostos sorridentes, movimento, cor, espaços educativos e localizações globais são todos os aspectos da fotografia e da videografia que esperamos ver!

Adoramos a aparência da luz natural, o estilo fotojornalístico, a profundidade de campos rasa, e fotografias e vídeos de alta qualidade. Muitas vezes vamos fazer uso de fotografias duotone fazendo uso das cores da nossa marca, permitindo que a foto seja usada como um fundo ou bloco de cores.





Vídeo

Os vídeos que produzimos devem ser autênticos, cativantes e divertidos, tendo em mente o tom e o estilo da nossa marca.

Efeitos e transições devem seguir o olhar do TeachBeyond, utilizando elementos simples e naturais. Conforme necessário, as telas introdutórias ou de fechamento devem ser um gráfico ou animação aprovado.

As locuções e a entrevista devem ser de alta qualidade e claras quando possível. A música de fundo deve ser instrumental e adequada ao humor, conteúdo e estilo do vídeo.

A group of people are running through a field of tall, golden-brown grass. In the background, there is a dense forest of green trees under a clear blue sky. The scene is bright and sunny.

LINGUAGEM

ETOM

Abordagem

Redes sociais e Newsletters

A ORTOGRAFIA DE TEACHBEYOND

Ao se referir a TeachBeyond por escrito, solete-a como uma palavra, com os "T" e "B" maiúsculos. Nunca se refira ao TeachBeyond como Teach Beyond, Teachbeyond, teachbeyond, teachbeyond ou TB.

TEACHBEYOND USA O CHICAGO MANUAL OF STYLE PARA MANTER A CONSISTÊNCIA EM TODA A ORGANIZAÇÃO.

TOM

Seja acessível : TeachBeyond é tudo sobre "criação de amigos", então escreva como se você estivesse falando com um amigo. Não preenchem as frases com jargão que os nossos leitores possam não compreender.

Seja simples: Uma ou duas cláusulas numa frase é suficiente. Se suas frases são muito complicadas, seus leitores ficarão confusos.

Seja preciso: Se certifique de que todos os números e estatísticas que você incluir estão atualizados.

Seja respeitoso: Não retrate outras organizações, culturas, governos ou indivíduos de forma negativa.

DICAS DE ESCRITA

O TeachBeyond prefere que as histórias sejam contadas em primeira pessoa.

Por favor, inclua apenas um espaço após um período.

Como uma organização, TeachBeyond usa a ortografia americana. Quando um artigo ou história vem de uma pessoa específica, usaremos o estilo de ortografia específico que eles usam.

REDES SOCIAIS E NEWSLETTERS

O objetivo destas diretrizes é fornecer orientação para os membros do TeachBeyond no uso das redes sociais, incluindo, mas não limitado a: boletins eletrônicos, blogs, fóruns, contas de redes sociais, vídeos, e outros sites e serviços que permitem aos usuários compartilhar informações com outras pessoas.

Queremos fornecer diretrizes simples e claras para ajudá-lo a se sentir confortável e confiante compartilhando sua vida e histórias, impactando suas próprias esferas de influência!

Vocês são, em primeiro lugar, um representante de Deus e, em segundo lugar, um representante do TeachBeyond e dos seus projetos e países associados. Sabemos que isso é muito, por isso criamos estas diretrizes e aconselhamo-lo a:

As coisas compartilhadas digitalmente podem ser vistas por todos. Mostre humildade, cortesia e respeito pelo seu país anfitrião e seu povo em sua escrita e representação visual. Lembre-se de que as pessoas sobre quem você escreve podem ver o que você escreveu sobre eles ou sua área.

Siga as leis, políticas e diretrizes dos projetos em que você está servindo, particularmente no que diz respeito ao compartilhamento de informações sobre estudantes e colegas.

Seja ético, respeitoso e responsável ao tirar e usar fotos de crianças ou adultos vulneráveis nas sua newsletter.

Peça permissão antes de compartilhar a foto na sua newsletter.

Evite compartilhar informações confidenciais sobre outros membros, projetos ou organizações parceiras do TeachBeyond. Não é preciso partilhar o nome real de uma pessoa para que a história tenha impacto.

Tome cuidado para proteger a si mesmo e aos outros, fazendo escolhas sábias sobre a sua localização e interações.

Tenha em mente, enquanto compartilha fotos da sua vida, que manter o profissionalismo e ser adequado é importante. As legendas nem sempre acompanham fotos ou são capazes de contar toda a história, por isso, se uma foto existe por si só, considere o que a foto pode comunicar a alguém que a vê fora do contexto.

Certifique-se de que você está seguindo **a Política de Safeguarding e o Código de Conduta do TeachBeyond que assinou.** Você pode encontrar esta política em teachbeyond.org/safeguarding/policy.

Lembre-se de que, enquanto você é um representante do TeachBeyond, seus comentários pessoais, fotos ou vídeos não falam diretamente pela nossa organização.

Mantenha a consciência de que tudo o que você compartilha é permanente, para sempre e sempre. Amém.

TRADUÇÃO

Como uma organização global, temos a oportunidade de fornecer materiais a pessoas em vários idiomas. A maioria dos materiais são únicos, e serão especificamente traduzidos para a língua desejada.

Os nomes das escolas, campos e programas devem seguir a orientação do grupo que está representado. No entanto, existem algumas palavras e nomes que devem aparecer sempre desta forma:

TeachBeyond

Beyond Borders

LinGo





TeachBeyond

Transformational Education Services

COSTA RICA CZECH
ATIC REPUBLIC OF
ICAN REPUBLIC
FRANCE GREECE
UNGARY INDONESIA
MAURITIUS MEXICO
APUA NEW GUINEA
NES ROMANIA
N RWANDA SPAIN
ANIA THAILAND
TES OF AMERICA
LBANIA ARGENTINA
E BOLIVIA BRAZIL
COLOMBIA COSTA
IC DEMOCRATIC
ONGO DOMINICAN
ETHIOPIA FRANCE
A HAITI HUNGARY
ZAKHSTAN
NIGER PALESTINE
PARAGUAY
IA RUSSIAN
A SPAIN
ANIA THAILAND
BANGLADESH
ZIL CAMBODIA
COSTA RICA CZECH
ATIC REPUBLIC OF
ICAN REPUBLIC
FRANCE GREECE
UNGARY INDONESIA