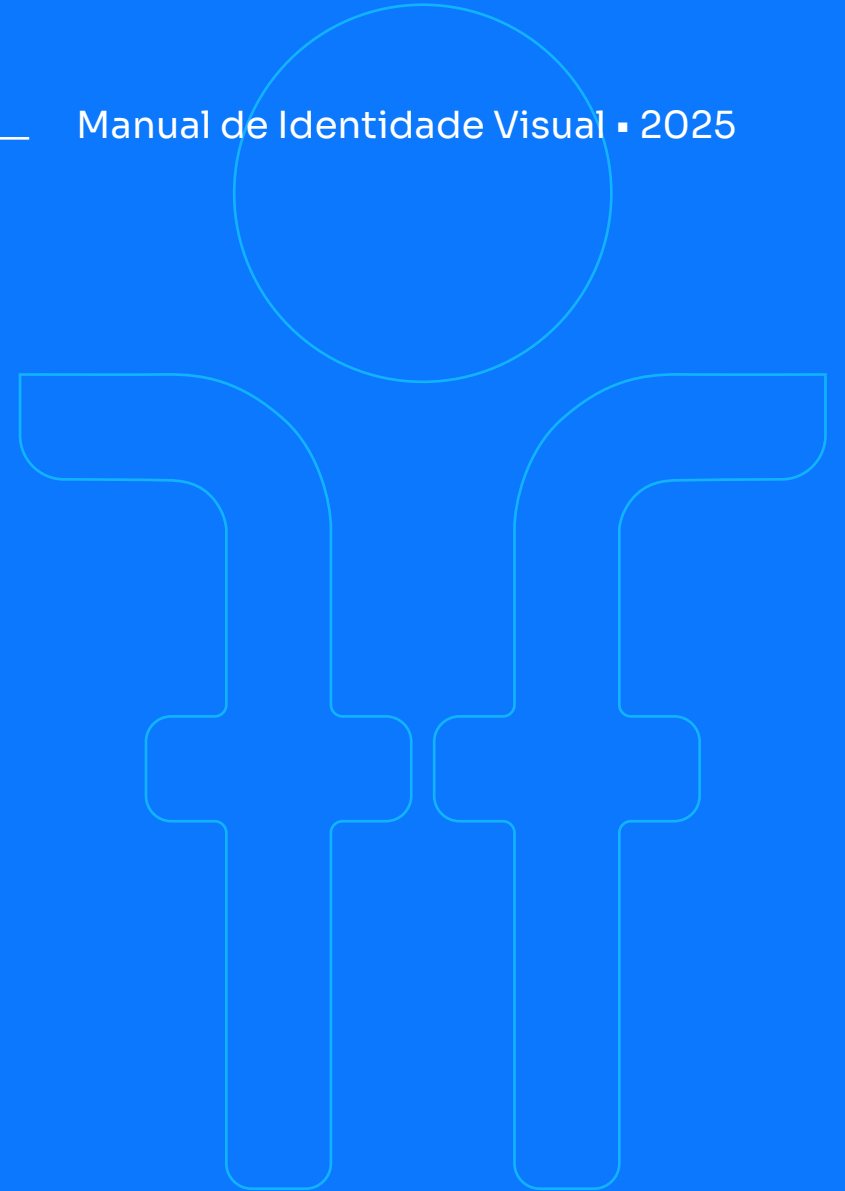


Manual de **Identidade Visual**

Diretrizes de Marca



Introdução

Bem-vindo ao Manual de Diretrizes da Marca.

Neste guia você encontrará as principais diretrizes sobre o uso do logotipo, cores, tipografia e outros elementos visuais para garantir a aplicação consistente e correta da identidade visual da nossa marca. Siga essas diretrizes para preservar a identidade e a autenticidade da marca em todas as mídias e materiais.

Conforme diretriz institucional, a utilização da marca deve ser previamente comunicada ao setor de comunicação da Fundação para análise e aprovação. Essa prática reforça nosso compromisso com a integridade e o compliance, garantindo o uso responsável e alinhado à identidade institucional.

Diretrizes de Marca

1.Logotipo

- 1.1 Versões do Logotipo
- 1.2 Usos incorretos
- 1.3 Símbolo
- 1.4 Redução
- 1.5 Área de proteção
- 1.6 Assinatura para Parcerias Institucionais

2.Cores Institucionais

3.Tipografia para Documentos

1. Logotipo

A versão principal do logotipo é a representação mais fiel da identidade visual da marca e deve ser utilizada sempre que possível. Ela mantém a integridade do design e garante maior reconhecimento.

Outras variações só devem ser aplicadas em casos específicos, quando a versão principal não for viável. Todas as versões permitidas estão detalhadas neste manual, com orientações sobre seu uso adequado.



Versão principal



Símbolo



Versão 02

Diretrizes de Marca

1.1 Versões do Logotipo

Para garantir a flexibilidade de uso em diferentes contextos, o logotipo possui variações que se adaptam a diferentes necessidades de aplicação. Nesta seção, estão apresentadas as versões disponíveis, assegurando que a aplicação do logotipo seja feita de maneira consistente e adequada.



Monocromático



Diretrizes de Marca

1.2 Usos incorretos

Para manter a identidade visual da marca consistente e reconhecível, é essencial que o logotipo seja aplicado corretamente, seguindo as diretrizes estabelecidas neste manual. Qualquer modificação indevida pode comprometer sua legibilidade e impacto visual. Nesta seção, são apresentados exemplos de usos incorretos que devem ser evitados, como alterações de cor, distorção, aplicação em fundos inadequados, adição de efeitos não autorizados ou mudanças na tipografia.

NÃO ROTACIONAR



NÃO DEFORMAR



NÃO ALTERAR PROPORÇÃO DOS ELEMENTOS



NÃO ALTERAR A TIPOGRAFIA



NÃO APLICAR MOLDURA



NÃO UTILIZAR CORES FORA DA PALETA OFICIAL



NÃO ALTERAR ORDEM DAS CORES DA VERSÃO PRINCIPAL



NÃO APLICAR COMO MARCA D'ÁGUA



NÃO APLICAR DIRETAMENTE EM FUNDOS INSTÁVEIS

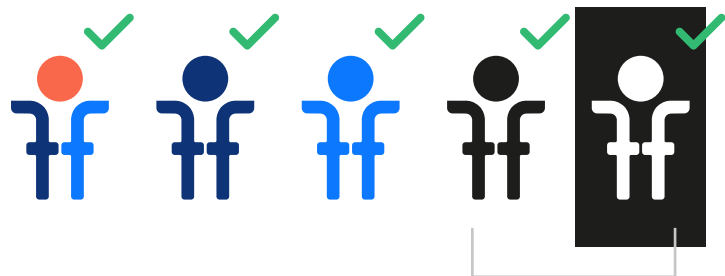


1.3 Símbolo

O símbolo é a representação visual da marca sem o uso de textos. Ele carrega a identidade da marca de forma simplificada e pode ser utilizado de maneira independente em determinadas aplicações. Seu design deve ser preservado em todas as utilizações, garantindo reconhecimento e coerência com a identidade visual.

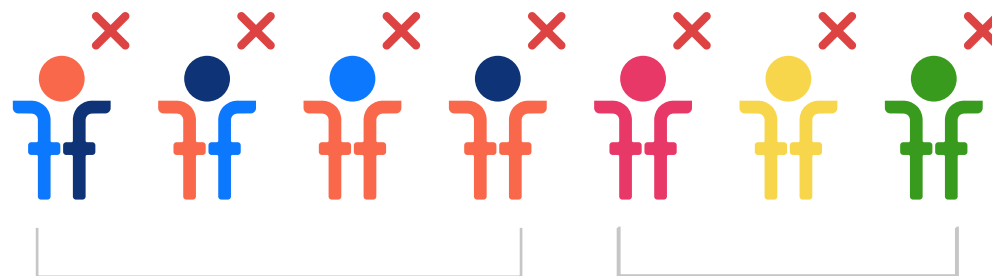


Versões



Monocromático

Usos incorretos



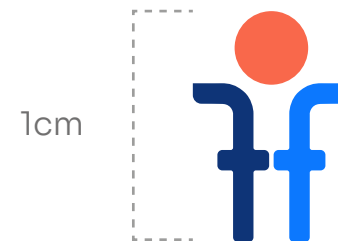
Inversão da ordem das cores da marca principal

Qualquer cor fora da paleta das cores institucionais

1.4 Redução

Para garantir a legibilidade e o reconhecimento da marca em diferentes tamanhos, é essencial respeitar o limite mínimo de redução do logotipo. Quando reduzido além do permitido, detalhes podem se perder, comprometendo a identidade visual.

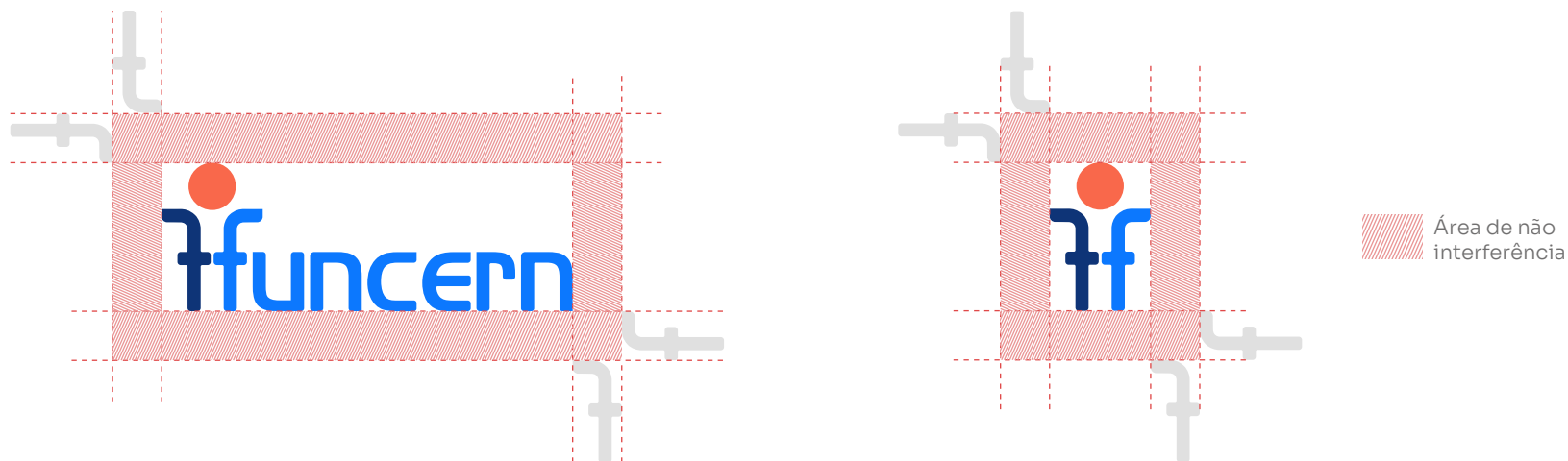
Em aplicações offset (impressão), a recomendação de redução são as medidas especificadas ao lado.



1.5 Área de proteção

A área de proteção do logotipo é o espaço mínimo que deve ser mantido ao redor da marca para garantir sua legibilidade e destaque. Nenhum outro elemento gráfico, como textos, imagens ou bordas, deve invadir essa área, evitando interferências visuais.

Essa margem de segurança foi definida com base na letra "F" presente no logotipo, garantindo um espaçamento proporcional e harmonioso.



1.6 Assinatura para Parcerias Institucionais

Como fundação de apoio, nossa identidade visual deve se adaptar às diferentes instituições com as quais colaboramos em diversos estados do Brasil. Para isso, estabelecemos um padrão de assinaturas institucionais, garantindo uma aplicação harmoniosa do nosso logotipo junto ao das instituições parceiras.

Nesta seção, são apresentadas as diretrizes para o uso correto dessas assinaturas, incluindo alinhamento, proporção e espaçamento, preservando a identidade de ambas as marcas e reforçando nossa atuação como fundação de apoio em todo o país.



A distância na vertical entre a assinatura e a logo deve ser equivalente à largura da perna da letra "N" do logotipo da fundação. O alinhamento deve seguir o exemplo indicado, posicionando-se entre as letras "F" e "N" do logotipo. A fonte a ser utilizada é **Carbona Variable Semi Bold**, na cor preta, em caixa alta.

2. Cores institucionais

A paleta de cores é um elemento essencial da identidade visual, transmitindo a personalidade e os valores da marca. O uso correto das cores garante uniformidade em todas as aplicações, fortalecendo o reconhecimento da identidade visual.

Nesta seção, estão definidas as cores primárias e secundárias da marca, juntamente com seus códigos nos principais padrões para garantir fidelidade em diferentes formatos.

Cores Primárias

RGB	12 120 254	RGB	14 52 119
HEX	#0C78FE	HEX	#0E3477
CMYK	82 54 0 0	CMYK	100 85 28 10

Cor Secundária

RGB	249 104 75
HEX	#F9684B
CMYK	0 71 67 0

CMYK – Utilizado para materiais impressos, como papelaria e embalagens. | **RGB** – Aplicado em mídias digitais, como sites, redes sociais e telas. | **HEX** – Código específico para uso em web e interfaces digitais.

Diretrizes de Marca

3. Tipografia para Documentos

Para garantir padronização e legibilidade em documentos institucionais, recomenda-se o uso da fonte **Segoe UI**, que está presente na maioria dos sistemas Windows.

Essa padronização deve ser aplicada em ofícios, comunicados, relatórios, apresentações e demais materiais institucionais, garantindo consistência visual e profissionalismo.

Segoe UI

Tamanho do corpo de texto: 11 pt

Tamanho para títulos: entre 14 e 16 pt

Cor: Preto ou cinza escuro (#333), conforme o contraste necessário.

Alinhamento: Justificado ou à esquerda, conforme a finalidade do documento.

Espaçamento entre linhas: 1,15 ou 1,5 para facilitar a leitura.



Diretrizes de Marca

