



GUIA DE IDENTIDADE VISUAL

# Índice

Aqui estão reunidos os conceitos que norteiam a identidade visual da marca Fundação Dom Cabral. Os elementos que compõem e as diretrizes de uso.

Sabemos que construir uma marca forte e consistente é um trabalho coletivo. Por isso, as orientações deste guia devem ser respeitadas em toda e qualquer comunicação da FDC.

- 1.1 Logo
  - Versões
  - Área de proteção
  - Usos incorretos
  - Sem descritivo
  - Pattern FDC
  - Internacional
- 1.2 Co-Branded
- 1.3 Cores
- 1.4 Tipografia
- 1.5 Grafismo
- 1.6 Grid base
- 1.7 Estilo fotográfico
- 1.8 Manifestações da marca

# Conceito

## Olhar integrado

---

Inspirada na visão integrada que une diversas perspectivas, a identidade visual expressa o movimento dessas lentes que constroem e impulsionam os futuros positivos.

A personalidade da marca, **Catalisadora Visionária**, norteia as expressões visuais.

**Excelência com toque provocativo:** equilibra o modo de ser clássico e moderno, trazendo expressões diferenciadoras no contexto do mercado de educação, mas sempre mantendo um toque de sofisticação.

**Dinamismo:** uma marca que narra movimentos e transformações por meio de expressões ativas. Nunca inerte, fria ou dura.



# 1.1 Logo

A nossa marca assina tudo o que fazemos. É através dela que o mercado nos identifica e reconhece, e que construímos relações de confiança com nossos públicos.



**Importante:** utilize sempre os arquivos originais do logo.



# 1.1

## Logo

### Características



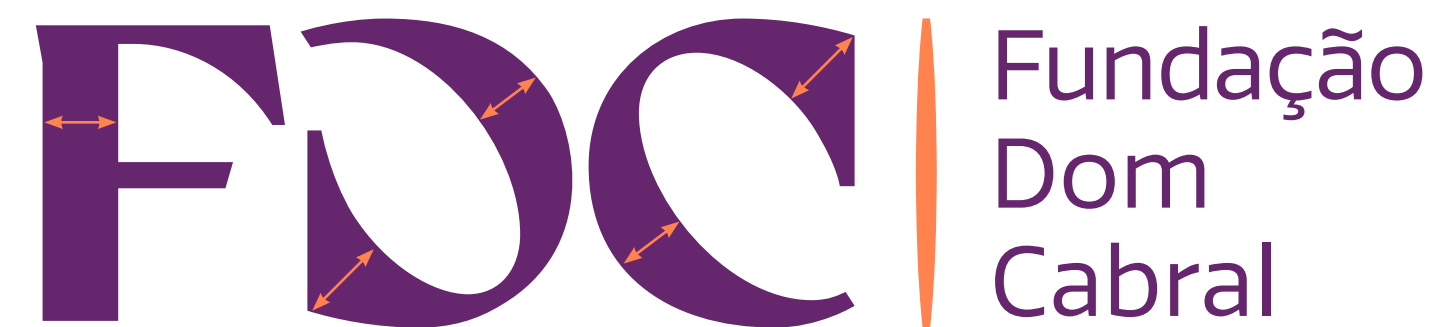
#### **Conhecimento**

As serifas são códigos visuais intuitivos que ajudam a construir a percepção de Saber/Ciência, Seriedade e Notoriedade. O desenho limpo e geométrico faz alusão à tradição, porém com um toque de modernidade.



#### **Movimento / Impulso**

As elipses presentes na construção das letras trazem a sensação do olhar em perspectiva. As transições de espessuras geradas por estas elipses resultam em traços de impulsos. O conhecimento que move.



#### **Solidez**

A robustez das verticais ajuda a criar uma percepção de solidez e segurança. O contraste de espessuras nas transições e horizontais evitam a percepção de algo rígido e estático.

# 1.1

## Logo

### Versões

#### Preferencial

Esta é a versão principal do logo. Deve ser usada em todos os tipos de comunicação.



#### Alternativa

Para fundo em cor e imagens que não possibilitem o uso da versão preferencial, utilize o logo na versão alternativa em branco.

Importante.  
A versão alternativa em negativo não levará a cor amarela. Isso reforça sua aplicabilidade (contraste em relação o fundo).



# 1.1

## Logo

### Marca d'água

Para uso como marca d'água em vídeos utilize sempre a versão alternativa em branco.

- Posicione no canto superior direito.
- Evite usar transparências para preservar melhor legibilidade.



**FDC** | Fundação  
Dom  
Cabral

# 1.1

## Logo

### Usos Restritos

Utilize a versão monocromática em cor preta somente quando houver restrição para a impressão em cores.

Consulte sempre o time de Marketing & Comunicação Corporativa antes de empregar essa versão.





# 1.1

## Logo

### Versão Vertical

Utilize a versão vertical somente em situações onde o uso do logo horizontal não é favorável:

- mídia extremamente vertical e estreita.
- quando a versão horizontal fica menor do que o tamanho mínimo recomendado.

Consulte sempre o time de Marketing & Comunicação Corporativa sobre o uso dessa versão.

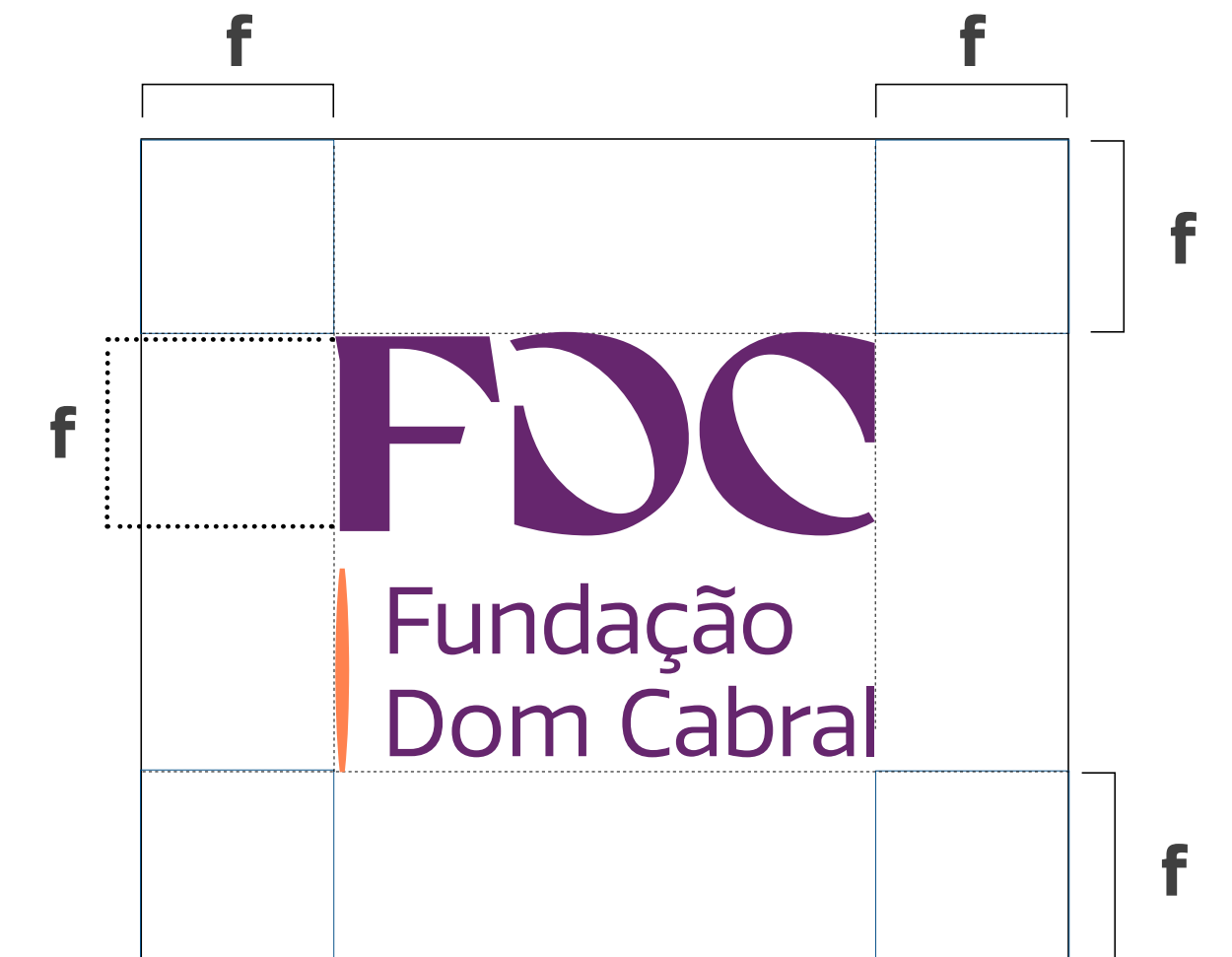


# 1.1 Logo Área de proteção

Para garantir legibilidade e reconhecimento, o logo deve ser aplicado com no mínimo [f] de distância de qualquer outro elemento gráfico, como ilustrado ao lado.

A unidade de referência "f" é a altura da letra F presente no logo.

Essa é a chamada "área de proteção", que deve ser aplicada ao redor do logo FDC e respeitada sempre.



d quist quatis accatius duciaerore, ommolle strumqu atecti beris  
i quia solorepudam nos ma dis et lamet, que elitas santotatur, etur,  
et parum anducie nderum soluptatendi ulpa vellique verias poria  
ab il excea am sitam sinum aut illorei umenisi tatureptatur aut etur?  
s dit harum et expeliquatem voluntatur cuntaenerios asped quate litia pra  
el maximir  
spis mos q  
am, aut on  
em rem al  
sam fugia  
st voluptat  
riorpos de  
maximus vi  
im usciis re  
os aperum  
es dio cusdaeriam aibus. Odi ut prem tacerit is dolor repera verum quatest  
dizione mquatur simi, nem is quas maxime restem fugitae pel etur am aut  
ommolor ererrore, autMagni sita pos mo event hiciistotas quae. Genieni  
stiat officitio. Nem qui dundit harum nobit quodipidus, ullaute mporentis  
ie. Nam nus id molupta sperro volupta venesendit, sam sunt liqui cus.



st quatis accatius duciaerore, ommolle stru  
i solorepudam nos ma dis et lamet, que elit  
rum anducie nderum soluptatendi ulpa ve  
excea am sitam sinum aut illorei umenisi tatu  
iarum et expeliquatem voluntatur cuntaeperios  
ximin cient  
ros quid ut  
it omni rep  
m alique vi  
fugias none  
uptate inur  
os de es auc  
rus voluptat  
ciis ressitat li  
rumque vel  
cusdaeriam aibus. Odi ut prem tacerit is dolor re  
e mquatur simi, nem is quas maxime restem fug  
olor ererrore, autMagni sita pos mo event hiciis  
ffictio. Nem qui dundit harum nobit quodipidu  
m nus id molunta sperro volupta venesendit



# 1.1

## Logo

### Dimensões mínimas

Para garantir a leitura do logo mesmo em áreas reduzidas, respeite as dimensões mínimas descritas nesta página.

Horizontal

Vertical

digital



30 px



45 px

impressão



9 mm



14 mm

# 1.1

## Logo

### Usos incorretos

O logo não deve ser alterado em nenhum de seus elementos. Para manter sua integridade deve-se sempre seguir o arquivo original da marca.

1. Não crie cortes.
2. Não altere a cor do logo.
3. Não altere a opacidade.
4. Não use em contorno.
5. Não mude a letra.
6. Não distorça.
7. Não utilize sombra.
8. Não utilize gradiente.
9. Não rotacione.
10. Não utilize adereços.
11. Não coloque textos adicionais.
12. Não coloque reflexos.





# 1.1

## Logo

### Sem descritivo

#### Uso especial

O uso do logo sem descritivo é de uso especial restrito para:

- Avatar e Favicon
- Supergráfico

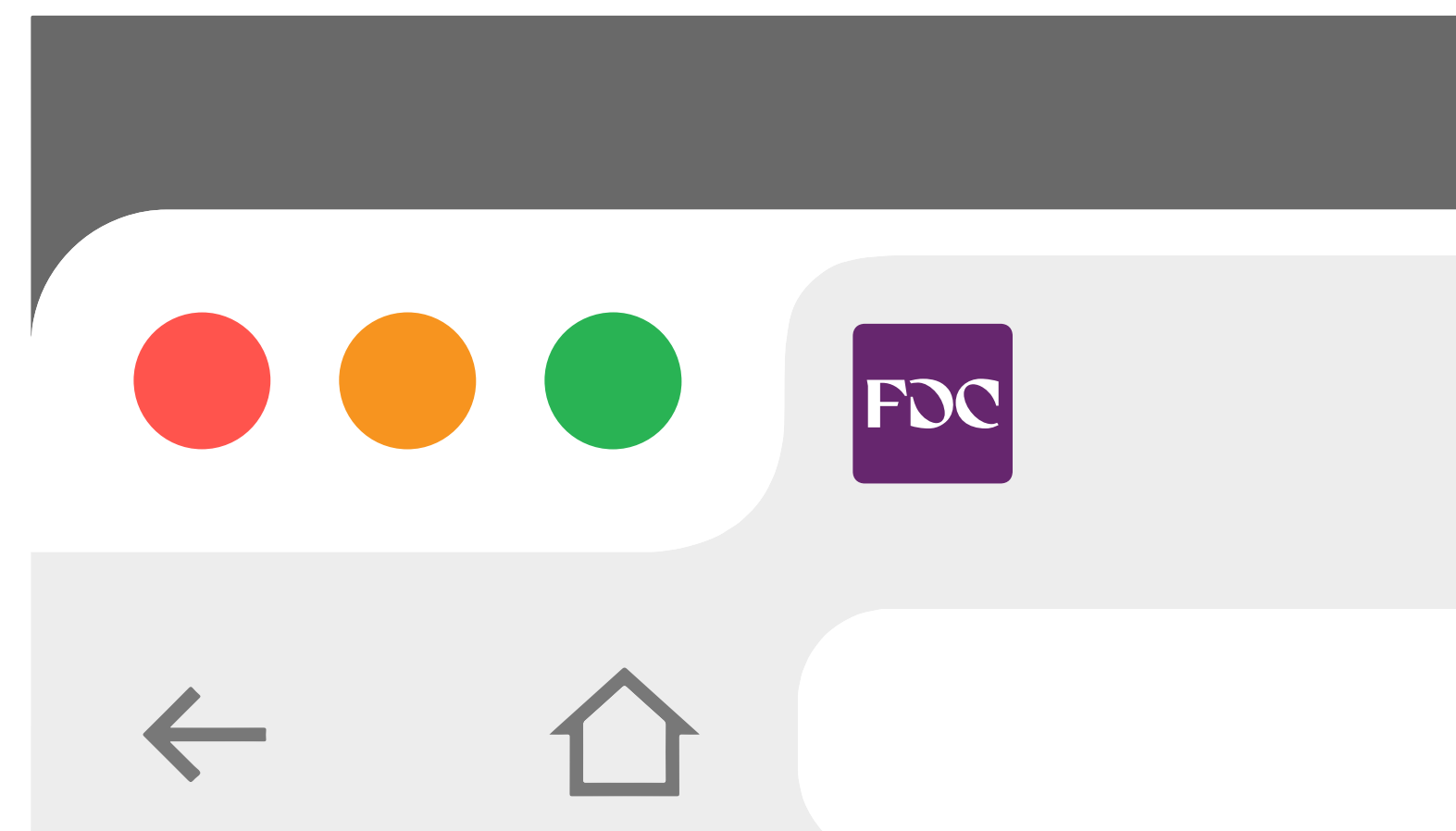
#### Importante:

Não utilize a versão sem descritivo para assinatura ou qualquer uso diferente do descrito nesta sessão.

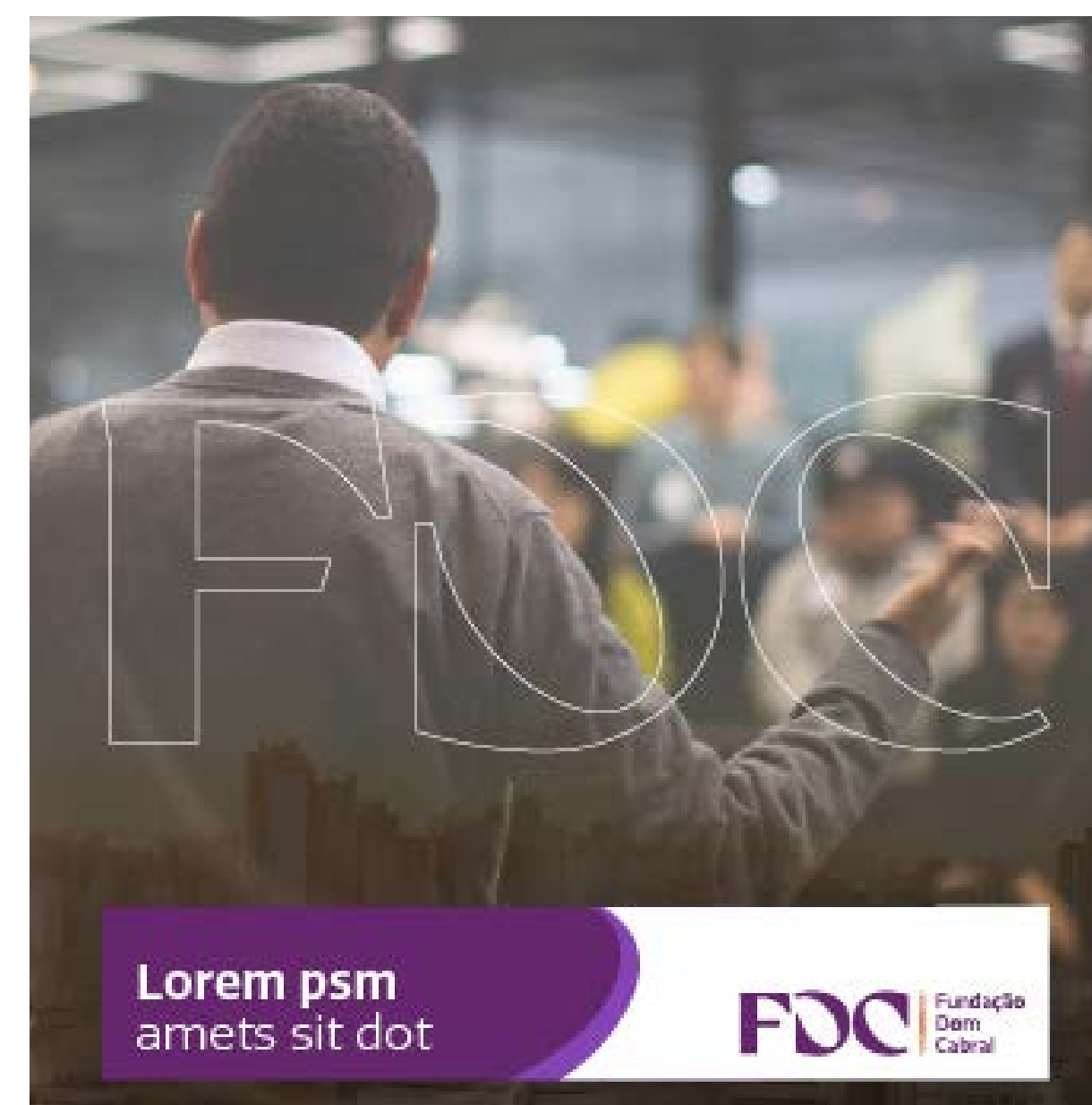
Avatar



Favicon



Supergráfico





# 1.1 Logo Pattern FDC

O pattern FDC, a padronagem formada pela repetição do logotipo, é um asset proprietário.

Como usar:

- Monocromático e uniforme.
- Cores rebaixadas, médio ou baixo contraste em relação ao fundo.
- Pode ser usada em outline (contorno), mas sem preenchimento de cor.

Sugestões de momentos de aplicação:

- Redes sociais.
- Site: páginas secundárias.
- Materiais impressos: carta, cartaz, prisma de nome, memorando, apostilas, cadernos, brindes.
- Eventos: crachás, fitas de identificação, backdrops, forração.
- Sinalização e ambientação: adesivagem em vidro, fundo de placas, papel de parede.



Sala reservada para:  
**Aula magna**

Prof.<sup>a</sup>  
**Maria  
Fonseca**





# 1.1

## Logo

### Internacional

Para assinatura em mercados externos utilizamos a versão internacional, com o descritivo Brazil's Global Business School.

Esta versão é de uso restrito.

No Brasil, é permitida para eventos globais com a participação majoritária de estrangeiros.

Consulte sempre o time de Marketing & Comunicação Corporativa sobre o uso dessa versão.



# 1.1

## Logo

### Internacional

### Versões

#### Preferencial

Utilize sempre que possível a versão Preferencial (colorida) para aplicação.

Preferencial



Restrita



#### Alternativa

Para fundo em cor e imagens que não possibilitem o uso da versão preferencial, utilize o logo na versão alternativa em branco.

#### Restrita

Utilize a versão monocromática em cor preta somente quando houver restrição para a impressão em cores.

Consulte sempre o time de Marketing & Comunicação Corporativa antes de empregar essa versão.

Alternativa



# 1.1 Logo Internacional Propriedades

Para garantir legibilidade e reconhecimento, o logo deve ser aplicado com, no mínimo, [f] de distância de qualquer outro elemento gráfico, como ilustrado ao lado.

Essa é a chamada área de proteção do logo, que deve ser respeitada sempre.

A unidade de referência "f" é a altura da letra F presente no logo. Devendo ser aplicada ao redor do logo FDC.

Área de proteção



Dimensões Mínimas



# 1.2 Co-Branded Associados Regionais

Para assinatura de relações de Associados Regionais, sempre posicione o logo da FDC do lado direito, junto com a expressão "Associada à" para fortalecer e esclarecer a relação de parceria entre as marcas.



Associada à  
**FDC** | Fundação Dom Cabral



Associada à  
**FDC** | Fundação Dom Cabral



Associada à  
**FDC** | Fundação Dom Cabral



Associada à  
**FDC** | Fundação Dom Cabral



Associada à  
**FDC** | Fundação Dom Cabral



Associada à  
**FDC** | Fundação Dom Cabral



Associada à  
**FDC** | Fundação Dom Cabral



Associada à  
**FDC** | Fundação Dom Cabral



Associada à  
**FDC** | Fundação Dom Cabral



Associada à  
**FDC** | Fundação Dom Cabral



Associada à  
**FDC** | Fundação Dom Cabral

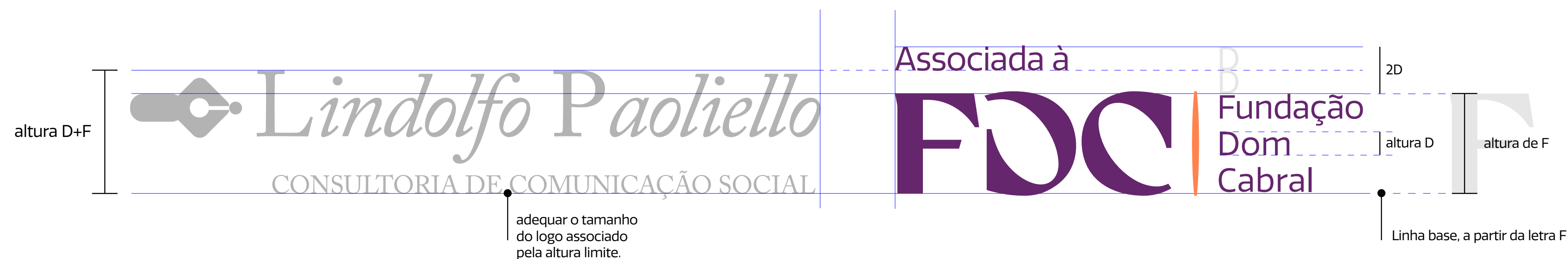
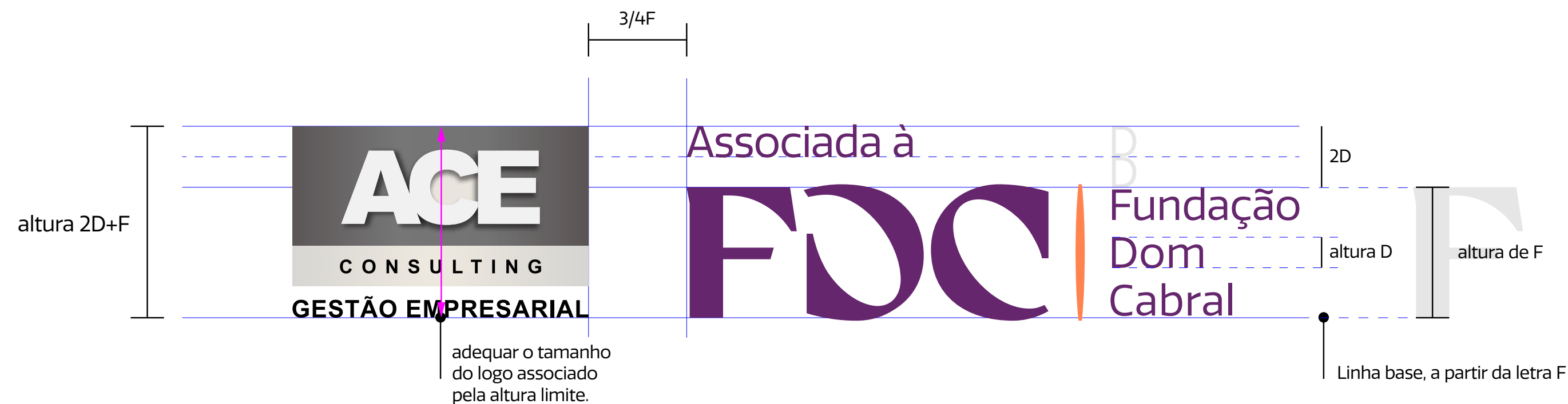


Associada à  
**FDC** | Fundação Dom Cabral

# 1.2 Co-Branded Associados Regionais

## Construção

Siga os diagramas ao lado para adequar a proporção e o alinhamento correto das marcas dos Associados Regionais em composição com a marca FDC. O logo da Fundação virá sempre à direita.



# 1.3

## Cores

### Principal e secundárias

O Roxo é a cor principal da identidade FDC. Ele deve estar presente em toda peça de comunicação (anúncios, comunicação interna) ou contexto FDC (site, páginas de rede sociais, catálogos), juntamente com o Lilás, Branco ou Off-White.

As cores da paleta secundária, Preto e Laranja, existem para trazer riqueza e diversidade ao sistema. Quando utilizadas, devem estar acompanhadas do Roxo.

#### **Roxo**

PANTONE 520C  
C65 M100 Y0 K35  
R101 G38 B109  
#65266D

#### **Lilás**

PANTONE 2583C  
C28 M52 Y0 K0  
R132 G67 B178  
#8443B2

#### **Off white**

PANTONE WARM GRAY 1C  
C10 M10 Y15 K0  
R217 G217 B210  
#D9D9D2

#### **Branco**

R255 G255 B255  
#FFFFFF

\*impressão especial em branco, consulte o time de marketing e as opção disponível no fornecedor.

#### **Preto**

PANTONE BLACK C  
C0 M0 Y0 K100  
R0 G0 B0  
#000000

#### **Laranja**

PANTONE 2024C  
C0 M50 Y60 K0  
R255 G131 B79  
#FF834F



# 1.3

## Cores Terciárias

As cores terciárias são complementos de uso pontual, com baixa ocupação visual.

Elas servem para dar destaques em informações secundárias (bullets, sublinhados) e apoiar diferenciação ou categorização de informações (cursos, tabelas, gráficos).

Consulte sempre o time de Marketing & Comunicação Corporativa sobre o uso destas cores.

**Azul**  
R93 G137 B166  
#5D89A6

**Marinho**  
R30 G52 B99  
#1E3463

**Turqueza**  
R0 G128 B128  
#008080

**Verde**  
R126 G138 B95  
#7E8A5F

**Sépia**  
R175 G130 B159  
#AF829F

**Violeta**  
R143 G111 B191  
#8F6FBF

**Rosa**  
R161 G54 B112  
#A13670

**Terracota**  
R196 G63 B69  
#C43F45

# 1.4

## Tipografia

### Principal

A família tipográfica Quatro é a fonte da identidade FDC. Ela deve ser usada em todo tipo de comunicação da Fundação Dom Cabral.

Aa Quatro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 !@#\$%^&\*()

Fonte de sistema  
Tahoma

A fonte Tahoma deve ser usada para documentos e apresentações (Word, PowerPoint) e em comunicações onde não é possível o uso da fonte Quatro.

Light  
*Light Italic*  
Book  
*Book Italic*  
Regular  
*Regular Italic*  
**Medium**  
***Medium italic***  
**Semi Bold**  
***Semi Bold Italic***  
**Bold**  
***Bold Italic***

**Adobe Fonts:** <https://fonts.adobe.com/fonts/quatro>

# 1.4

## Tipografia

### Usos

Ao lado, algumas recomendações para usos em títulos, subtítulos e textos.

Importante:

- Evite uso de caixa alta em excesso. Utilize pontualmente para destacar palavras isoladas. Evite aplicar numa frase inteira.
- Hierarquia por tamanhos: utilize tamanhos diferentes para propósitos distintos, para deixar clara a ordem de importância.
- Respiros entre blocos: explore espaços diferentes entre blocos de informações, reforçando a diferenciação entre os conteúdos e construindo uma leitura fluida e agradável.

Títulos/Quotes - Light e/ou **BOLD**

# Impulsionamos a construção conjunta de futuros positivos

Subtítulo - **Regular**

Nós usamos a educação para criar o futuro que desejamos viver.

Texto de apoio - **Medium**

**Desenvolvemos líderes capazes de conduzir e protagonizar a evolução**

Textos - **LIGHT**

Nós usamos a educação para criar o futuro que desejamos viver. Desenvolvemos líderes capazes de conduzir e protagonizar a evolução que os tempos pedem, para que as pessoas, as organizações e a sociedade continuem progredindo. Potencializamos lideranças que se destacam e são reconhecidas pelo que fazem e pelo múltiplo impacto que geram.

**Bold** e/ou Light para títulos/mensagens de destaque.

**Regular** são versáteis e servem para destacar mensagens logo após o título.

**Medium** para informações que dão suporte a uma mensagem principal.

Light para informações longas, como textos descritivos.

# 1.4

## Tipografia

### Alternativa

A fonte Exo é a tipografia alternativa quando não é possível usar a fonte Quatro.

Contate sempre o time de Marketing & Comunicação Corporativa antes de utilizá-la.

A Exo está disponível pela [fonts.google.com](https://fonts.google.com)

Aa Exo

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 !@#\$%^&\*()

Light  
*Light Italic*  
Regular  
Regular Italic  
Medium  
*Medium italic*  
**Semi Bold**  
***Semi Bold Italic***  
**Bold**  
***Bold Italic***

Fonte de sistema

Tahoma

A fonte Tahoma deve ser usada para documentos e apresentações (Word, PowerPoint) e em comunicações onde não é possível o uso da fonte Quatro.

Aa Tahoma

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 !@#\$%^&\*()

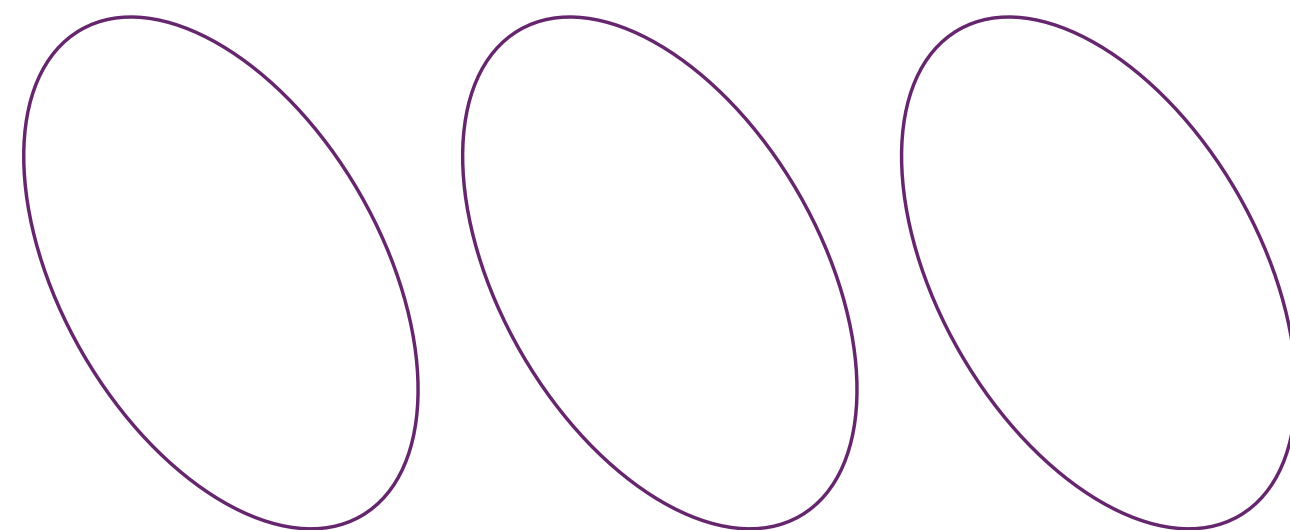
Regular  
**Bold**

# 1.5 Grafismo Elipses

As elipses, lentes da FDC, são bases para expressões gráficas da identidade visual. Todos os grafismos nascem dessa base elementar presente no logo da Fundação Dom Cabral

O uso da combinação das elipses cria a percepção de movimento e profundidade. Por isso é importante que sempre figurem ao menos 3 elipses (direta ou indiretamente).

Para a comunicação institucional sempre utilize as cores roxo, lilás e branco.



impulsionar





# 1.5

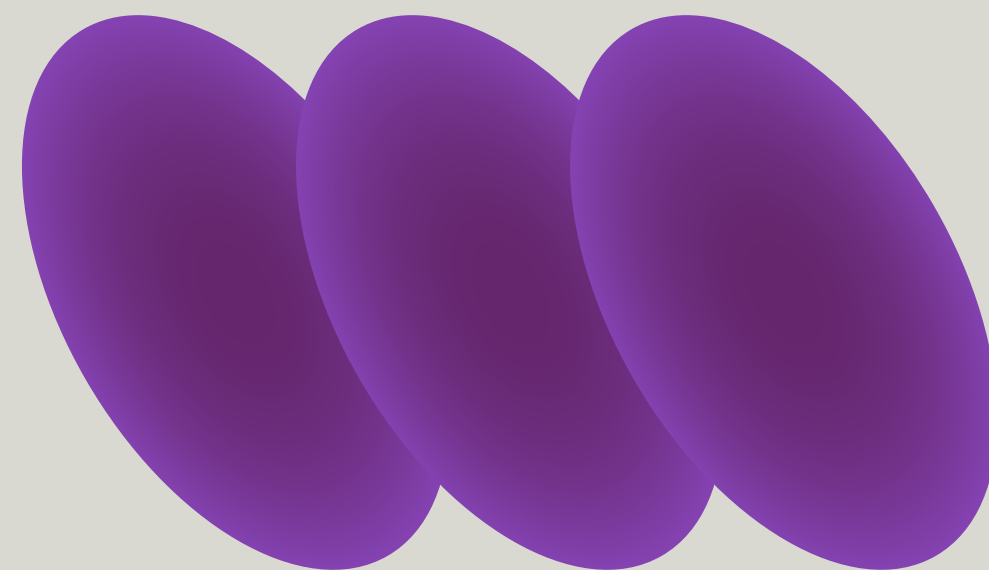
## Grafismo

### Suporte ilustrativo

As elipses podem ajudar a criar uma narrativa de conceitos abstratos.

- Explore o uso de elipses sequenciais como expressão de impulso, movimento.
- Combine efeitos de gradientes e transparências para gerar sensação de profundidade e leveza.

O uso é restrito para situações sem fotografia, onde o texto é o protagonista da imagem. Também recomendado para uso em motion graphics.



Conhecimento  
que **impulsiona**



**Conhecimento**  
para escalar  
futuros positivos



28º Fórum Nacional  
Lorem Ipsum  
Amet Dolor

Lorem ipsum dolor  
 sit Lorem ipsum  
 dolor sit amet,  
 consectetur

29 Fev 25  
Campus SP



impulsionar



**FDC** Fundação  
Dom  
Cabral

# 1.5

## Grafismo

### Texturas de fundos

As elipses como texturas gráficas, marcando a identidade de forma indireta.

- Combinando as formas elípticas com gradientes ou linhas nas cores principais, para uso como fundo.
- Restrito para usos secundários em comunicação interna: apresentações, apostilas, redes sociais, comunicados.
- O recurso de sombras cria elipses indiretas que adicionam sensorialidade à identidade. Traz profundidade, volume e movimento.



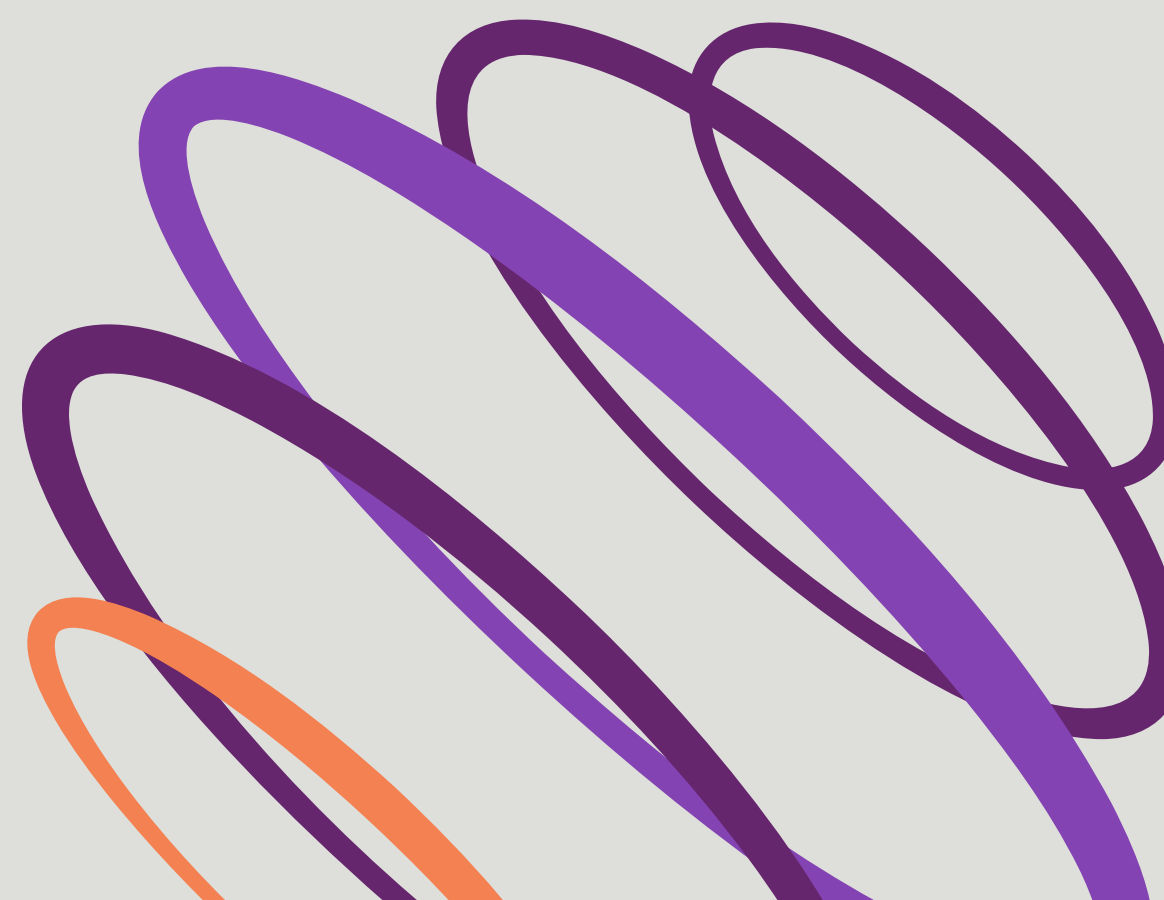
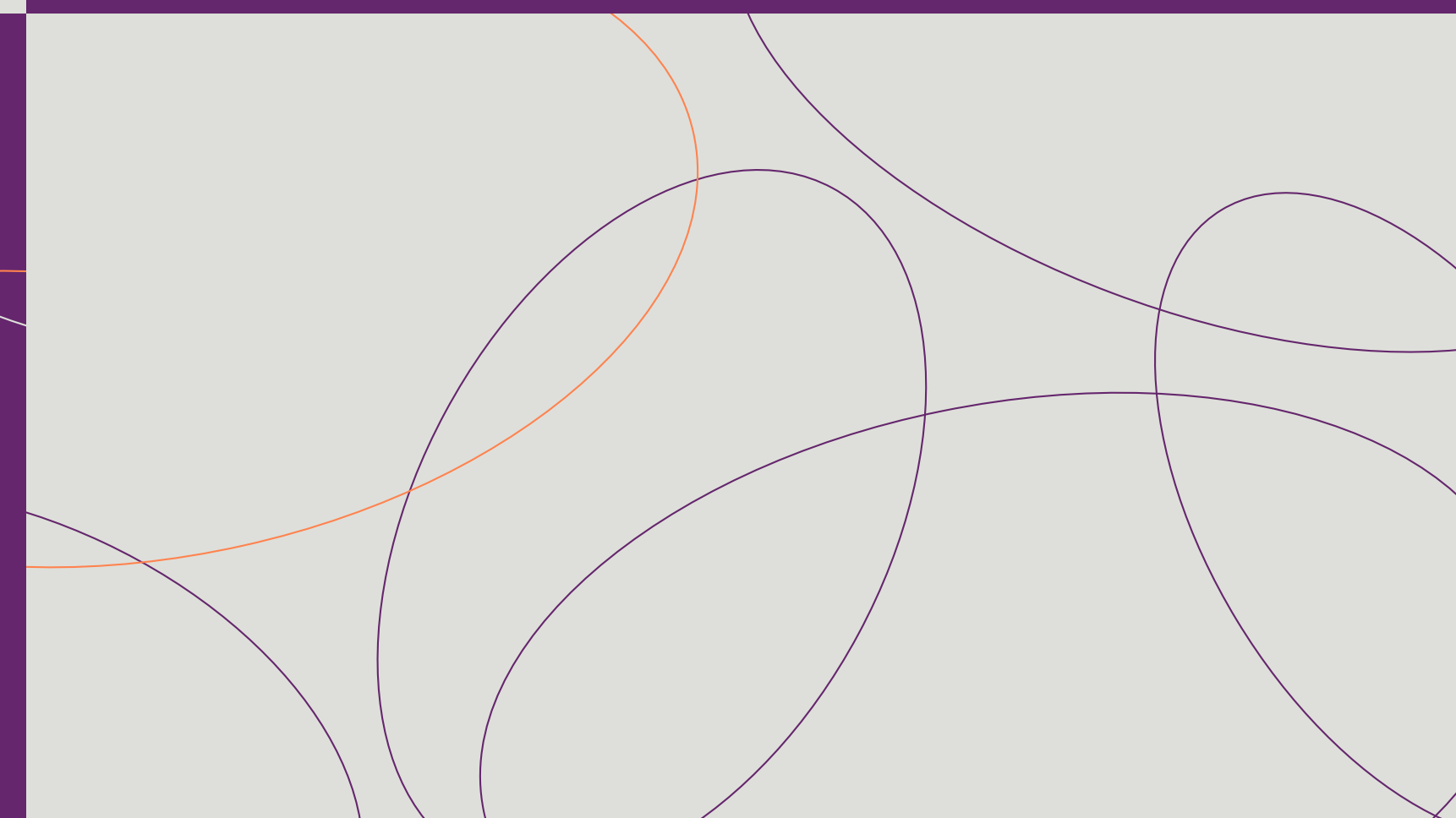
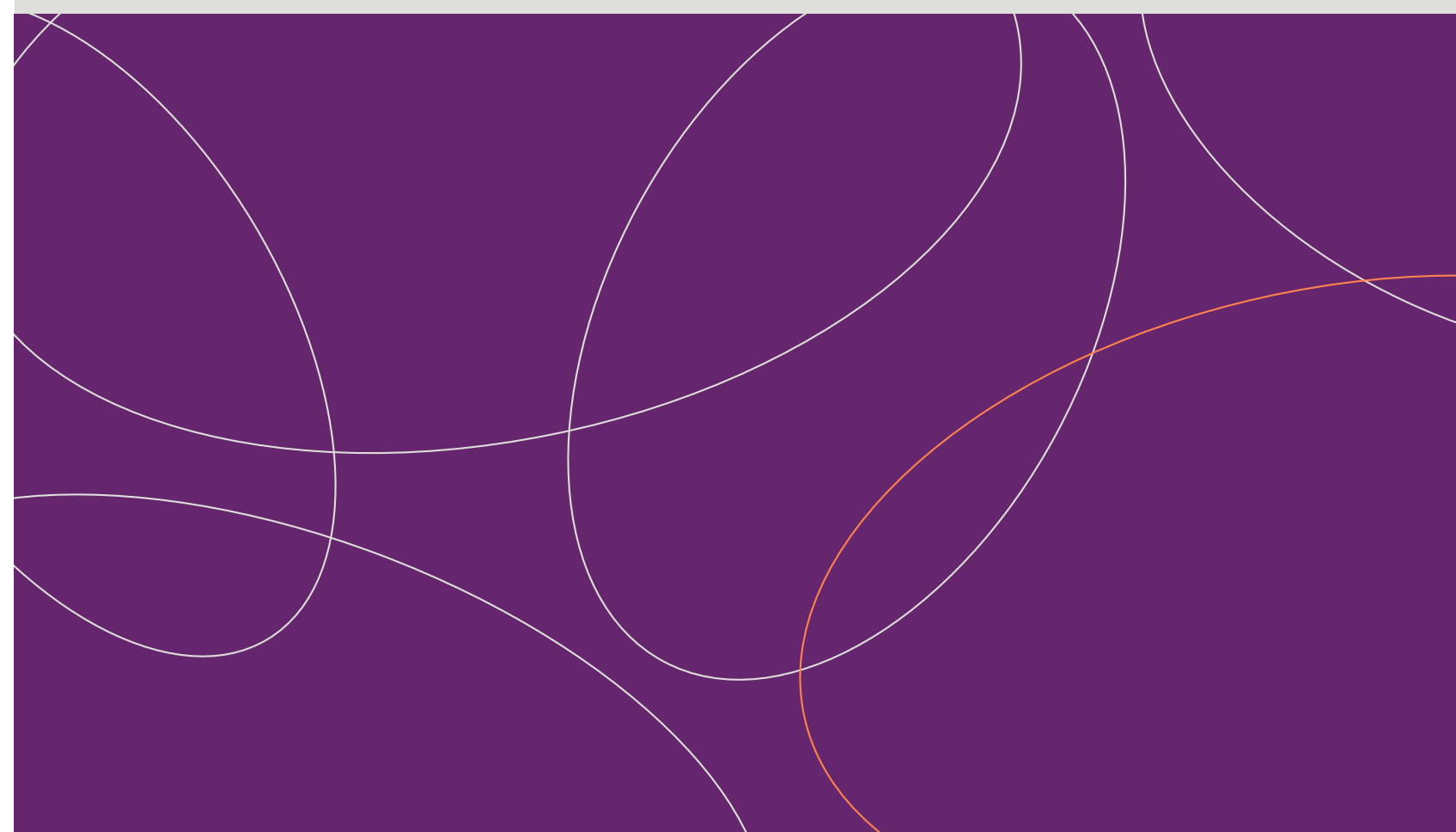
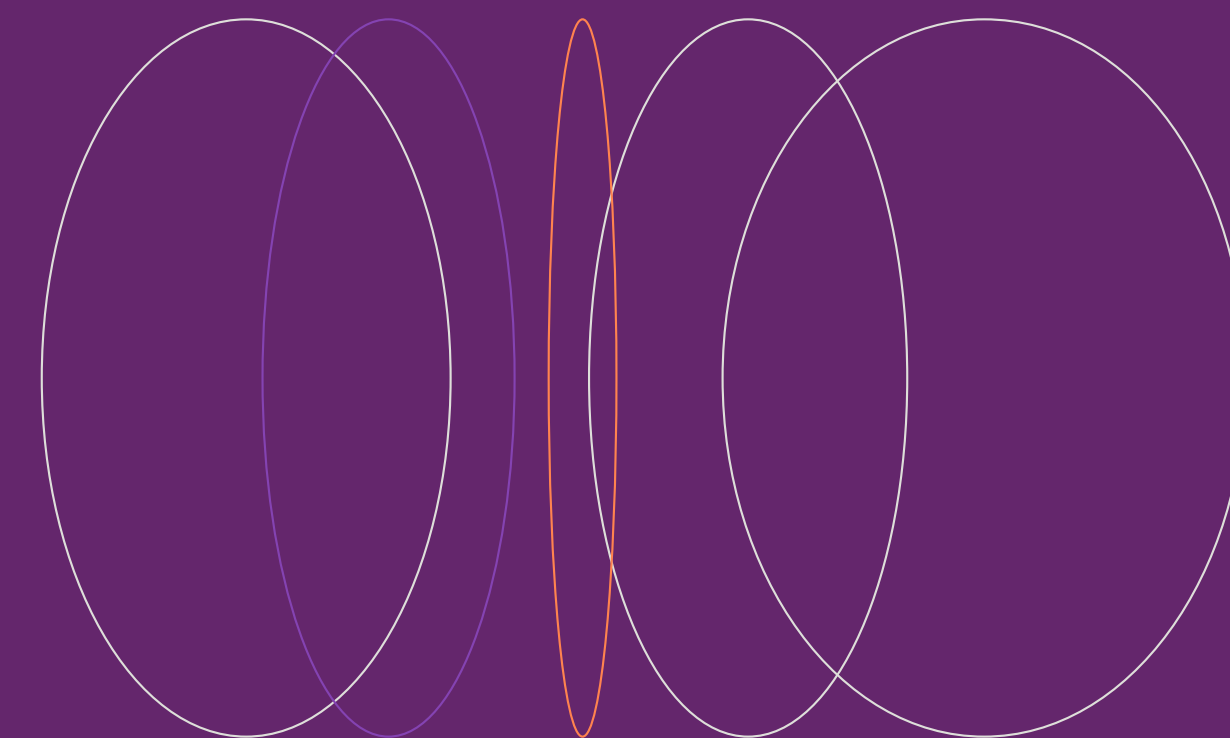
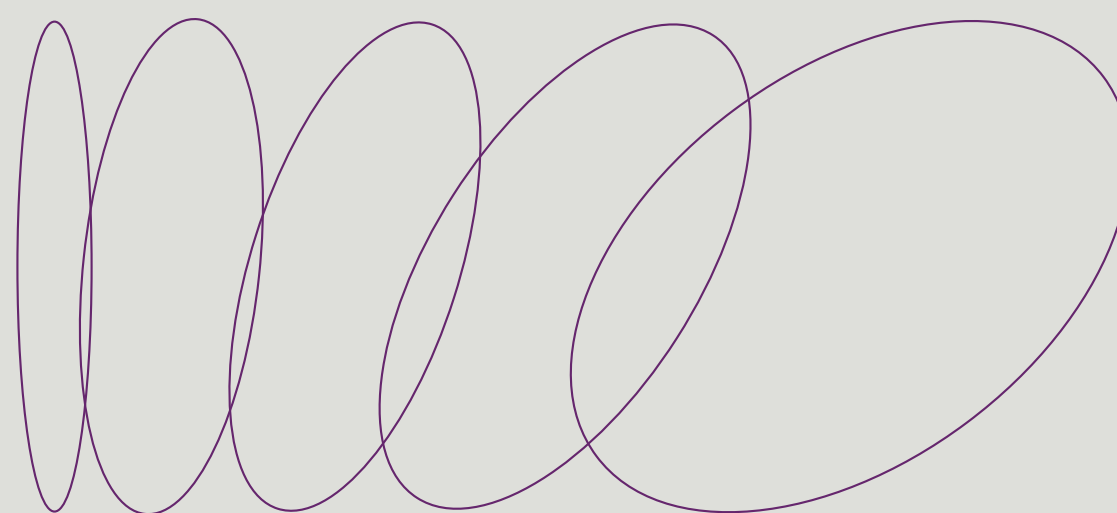
# 1.5

## Grafismo

### Diversos

O grafismo de elipses amplia as possibilidades da linguagem gráfica da FDC. Para manter uma relação coerente e consistente, a criação de novos grafismos deve seguir os seguintes critérios:

- Multiplicidade: utilizar sempre no mínimo 3 elipses.
- Movimento: ter sempre variações de posições, angulações, espessuras ou tamanhos para expressar a sensação de movimento, profundidade e volume.
- Cores da marca: usar sempre as cores principais da identidade FDC: o roxo, lilás e laranja. O roxo deve ser predominante, e o lilás e laranja usados apenas como realce ou destaque.





# 1.5 Grafismo

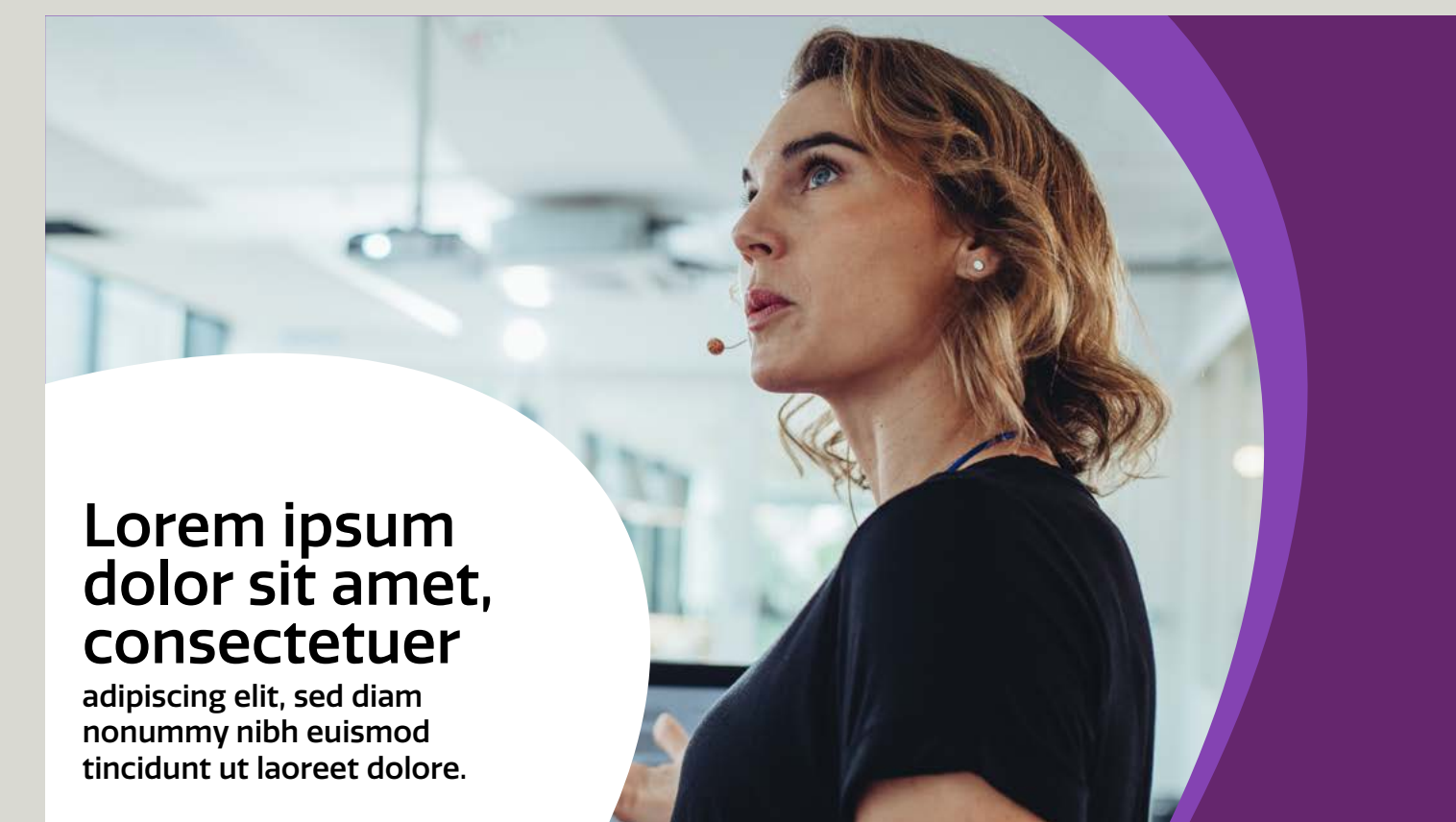
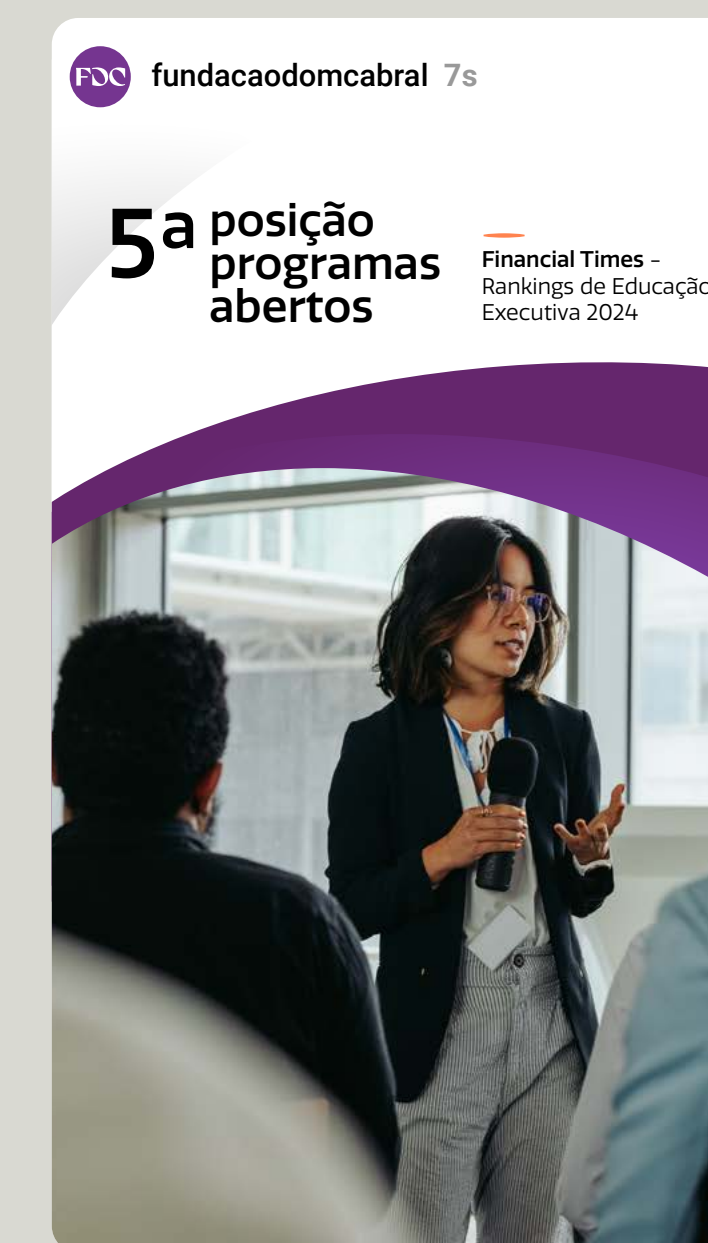
## Separadores de espaço

As elipses sobrepostas geram os separadores de espaços, principalmente quando combinadas com fotografia.

A fotografia pode ser posicionada dentro da máscara elíptica em uma das extremidades do layout, ou pode sobressair da janela.

Como alternativa, a imagem pode ser posicionada dentro das elipses intermediárias.

Os textos podem ser posicionados na parte branca ou na área roxa.





# 1.5

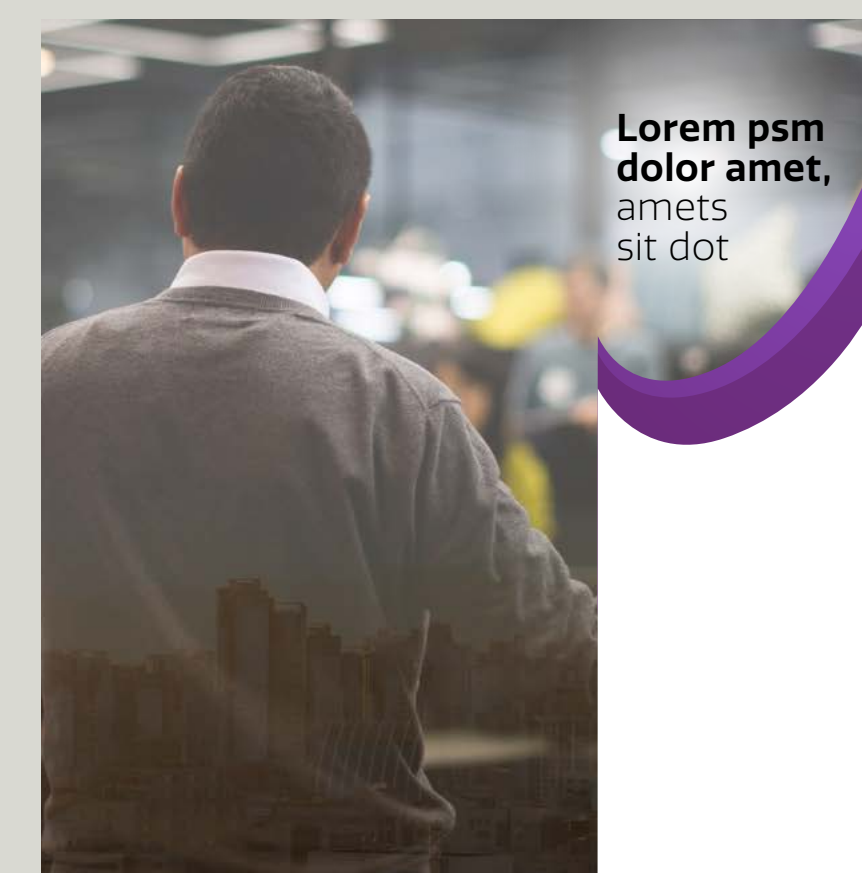
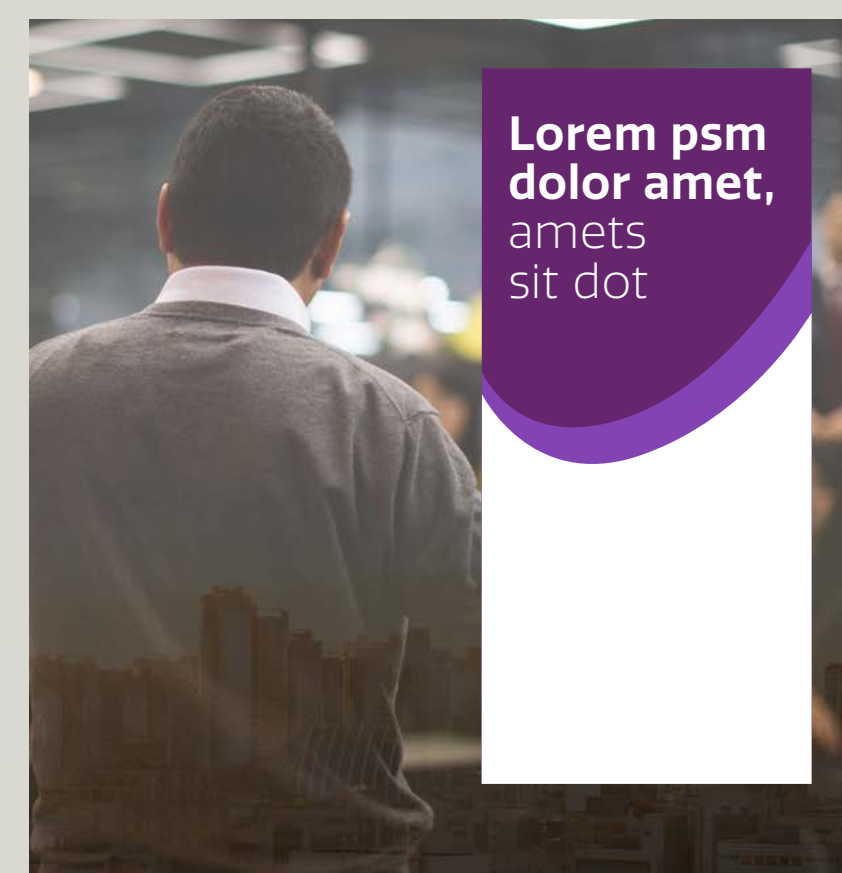
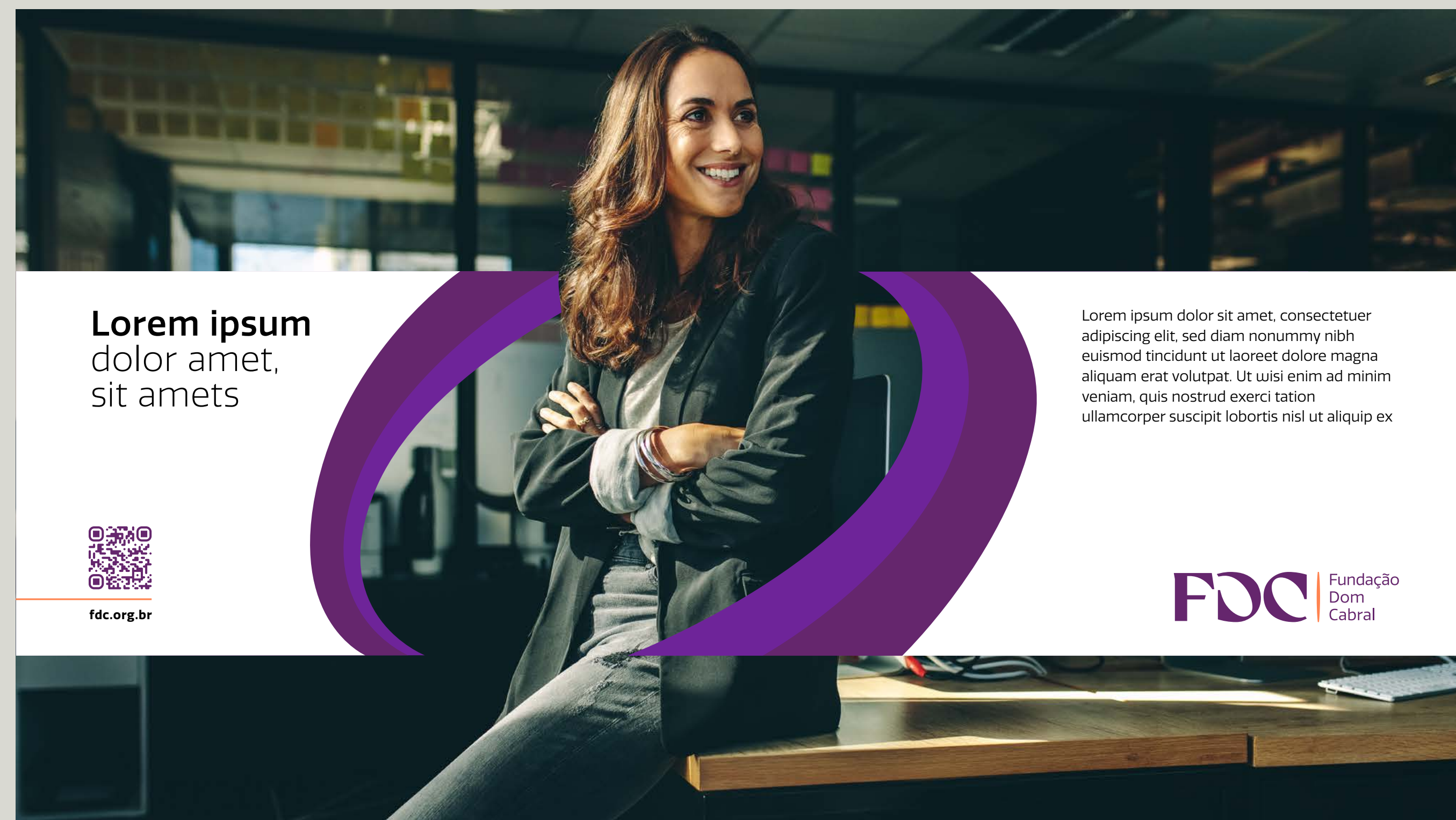
## Grafismo

### Caixas de texto

Como variação dos separadores de espaços, as caixas de textos trazem a possibilidade de posicionar informações sobre uma imagem.

As caixas de textos podem variar:

- Parte externa aberta (quando a imagem ao fundo garante contraste com o texto).
- O comprimento da parte branca pode variar conforme a quantidade necessária de informação.
- Parte externa fechada (quando a imagem ao fundo não permite contraste com texto). Tanto a parte roxa quanto a branca podem variar de comprimento.
- Ambas podem ser usadas na horizontal e vertical.





# 1.6 Grid base

Para referência de posicionamento das informações e para manter uma margem segura entre os limites do layout, utilizamos o grid de 6 colunas.

## Proporções:

Margem interna: 5% da maior medida da mídia (largura ou altura).

Entre colunas: 2,5% da maior medida da mídia.

Altura e largura das colunas: determinadas conforme o grid desenhado a partir das medidas das margens internas e os espaços entre colunas.

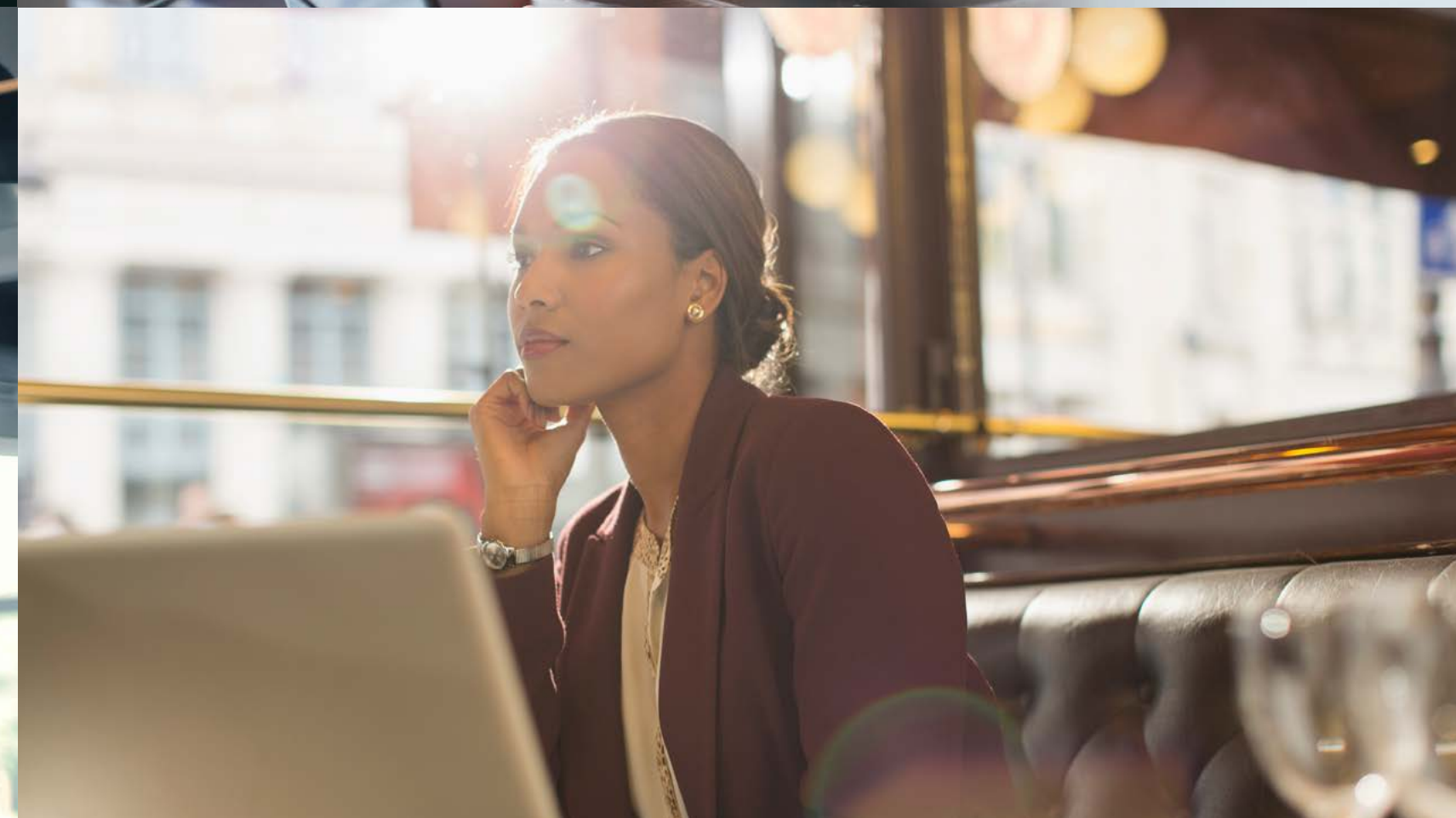




# 1.7 Estilo Fotográfico Institucional

A fotografia é um elemento importante para contextualizar as narrativas da FDC. Portanto, as seguintes referências devem ser sempre seguidas:

- Mood: corporativo ou educacional com toque de sofisticação. Positivo.
- Atitude: Confiante, sem frieza ou sisudez. Alegre, sem ser forçado.
- Pessoas: diversidade (gênero, raça, idade). Figurino: executivo sem exageros, casual sofisticado.
- Luz: toque de calor, mesmo em ambiente fechado, mas sem exageros. Criar uma atmosfera leve.





# 1.8

## Manifestações da marca



INSTITUCIONAL  
Instagramável



FDC



INSTITUCIONAL  
Flâmula





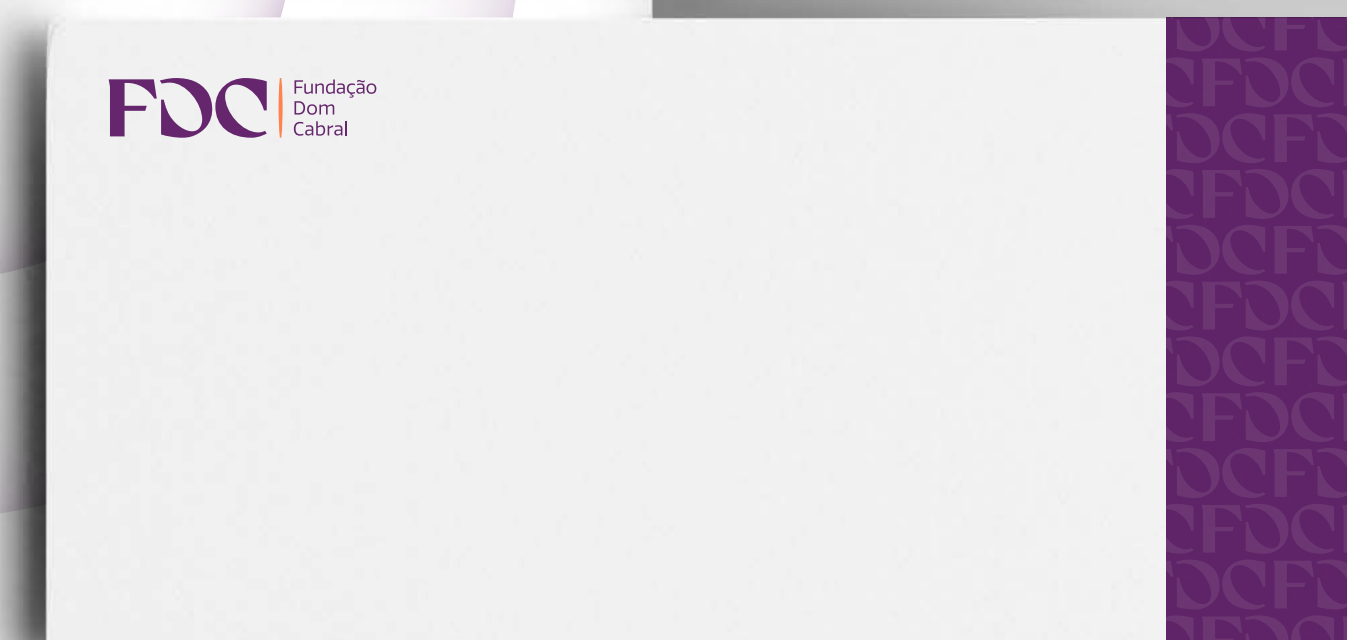
INSTITUCIONAL  
Cartão de visita





# INSTITUCIONAL

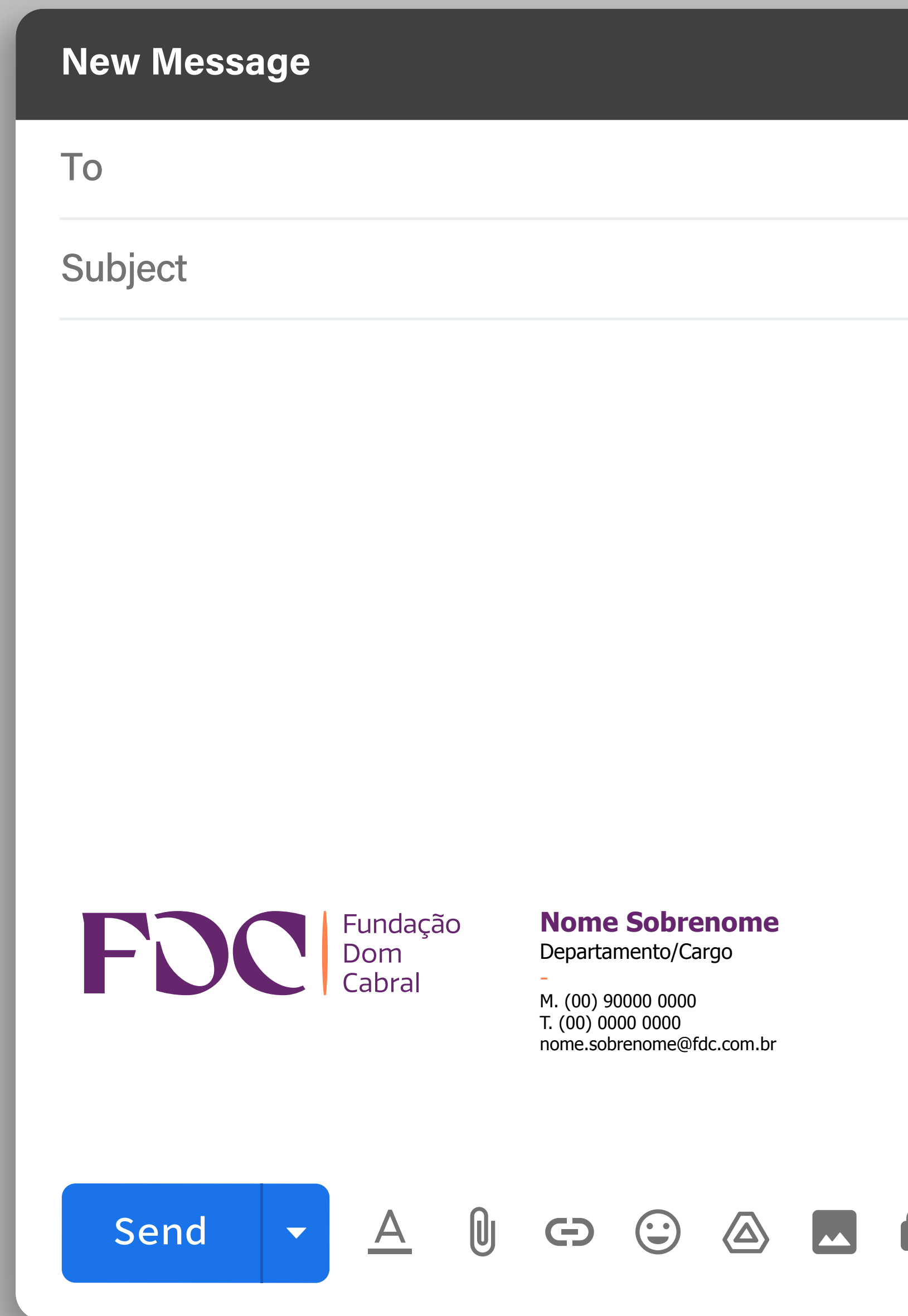
## Papelaria



INSTITUCIONAL  
Crachá



INSTITUCIONAL  
Assinatura  
de email





## CERTIFICADO

A Fundação Dom Cabral certifica que

*Danilo Mattos Silva*

concluiu o Executive MBA,  
realizada pela Fundação Dom Cabral.

—  
Nova Lima, 20 Julho de 2025

**Antônio Batista da Silva Junior**

•  
Presidente Executivo  
Fundação Dom Cabral

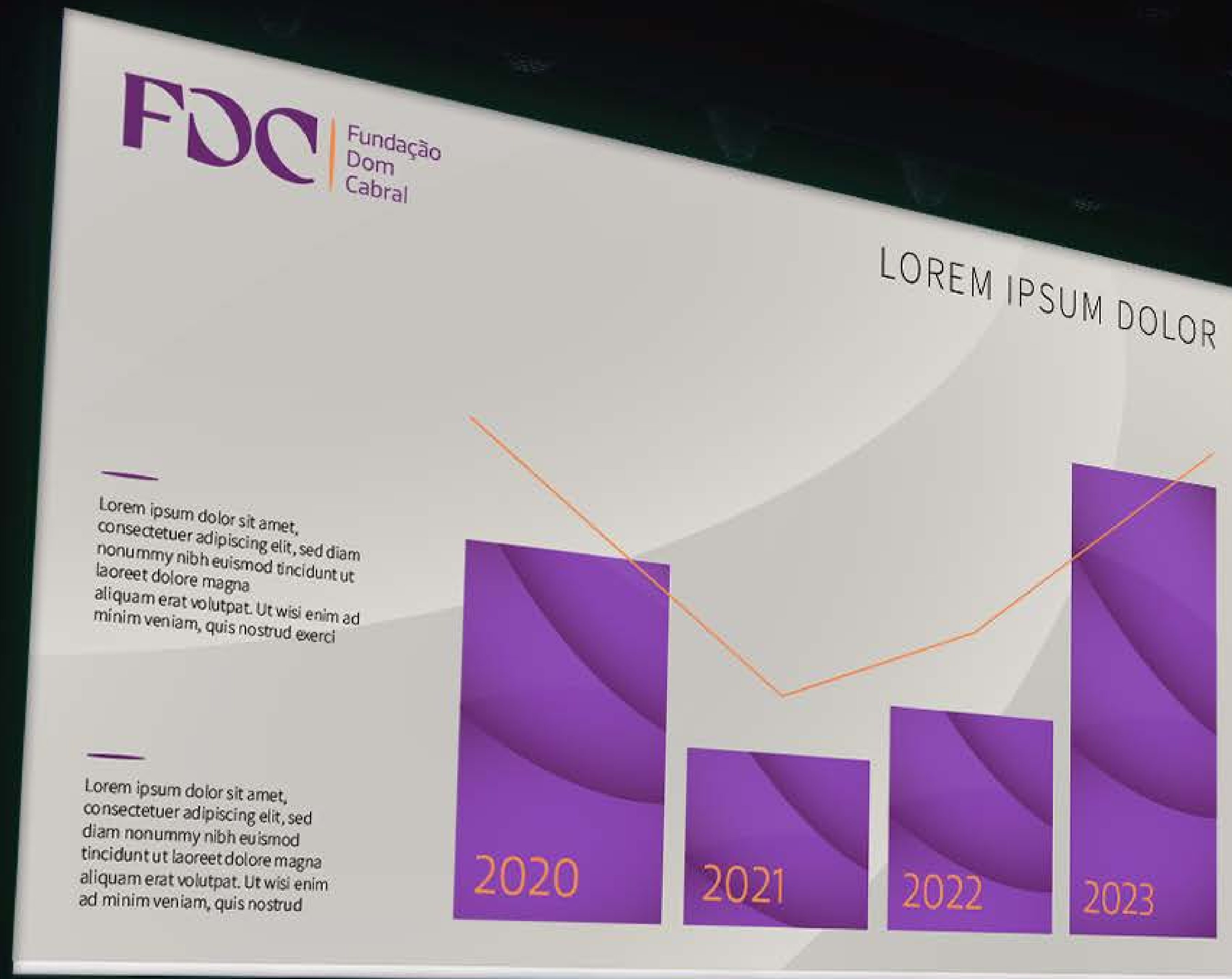
**Carla Adriana Arruda Vasseur**

Gerente Executiva - EMBA  
Fundação Dom Cabral



# INSTITUCIONAL

## Apresentação






# INSTITUCIONAL

## Template Powerpoint

**FDC** Fundação Dom Cabral



### Título Apresentação

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis.

00-00-2025

## Lorem ipsum dolor amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis.

00 Assunto da apresentação 00/00/0000



## Lorem ipsum dolor amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis.

00 Assunto da apresentação 00/00/0000

## Lorem ipsum dolor amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla facilisis.

00 Assunto da apresentação 00/00/0000

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis.

# 75%

00 Assunto da apresentação 00/00/0000

## Lorem ipsum dolor amet



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis.

00 Assunto da apresentação 00/00/0000

## Lorem ipsum dolor amet

33% 20% 80%

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis.

00 Assunto da apresentação 00/00/0000

## Lorem ipsum dolor amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla facilisis.

00 Assunto da apresentação 00/00/0000

## Lorem ipsum dolor amet solo tobet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis.

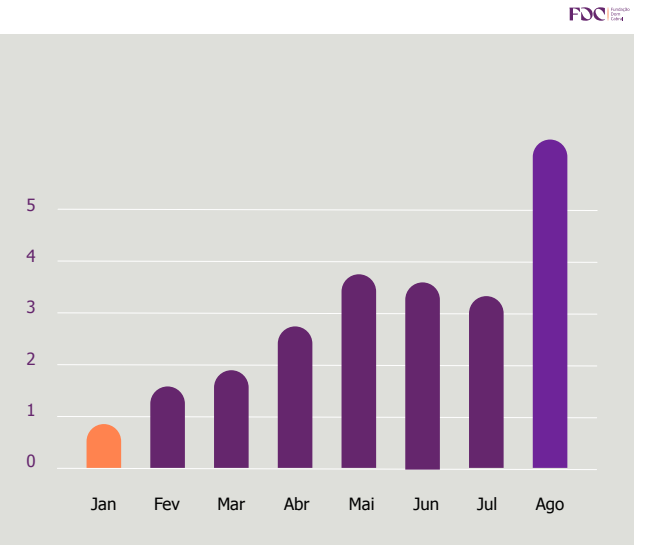
00 Assunto da apresentação 00/00/0000

## Lorem ipsum dolor amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla facilisis.

00 Assunto da apresentação 00/00/0000

## Lorem ipsum dolor amet



| Mês | Valor |
|-----|-------|
| Jan | 0.8   |
| Fev | 1.5   |
| Mar | 1.8   |
| Abr | 2.5   |
| Mai | 3.5   |
| Jun | 3.2   |
| Jul | 3.0   |
| Ago | 4.5   |

00 Assunto da apresentação 00/00/0000

## Lorem ipsum dolor amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla facilisis.

00 Assunto da apresentação 00/00/0000



OOH  
Back Light

**FDC** | Fundação  
Dom  
Cabral

**Lorem ipsum**  
dolor amet,  
sit amets



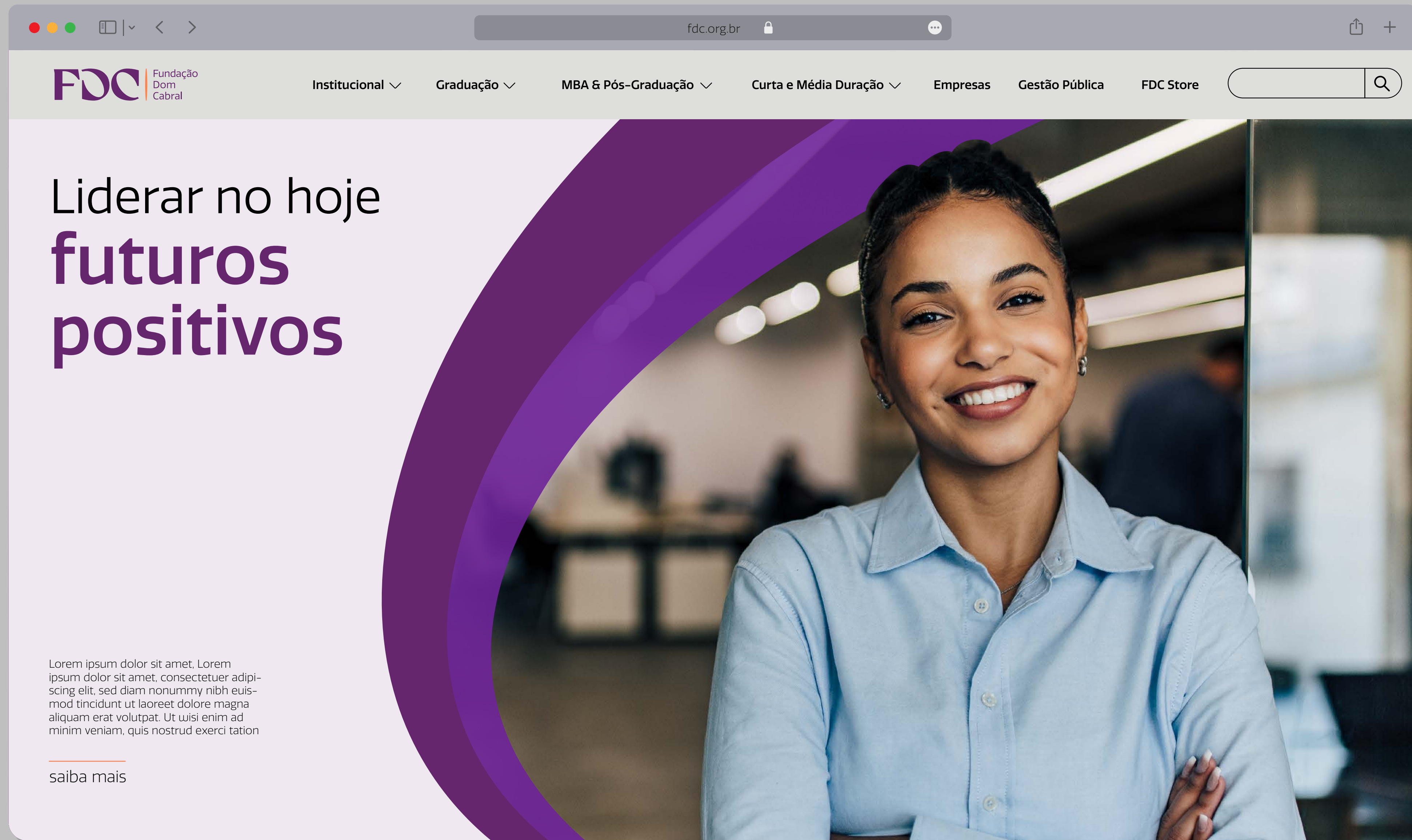
[fdc.org.br](http://fdc.org.br)



WEB  
Redes sociais

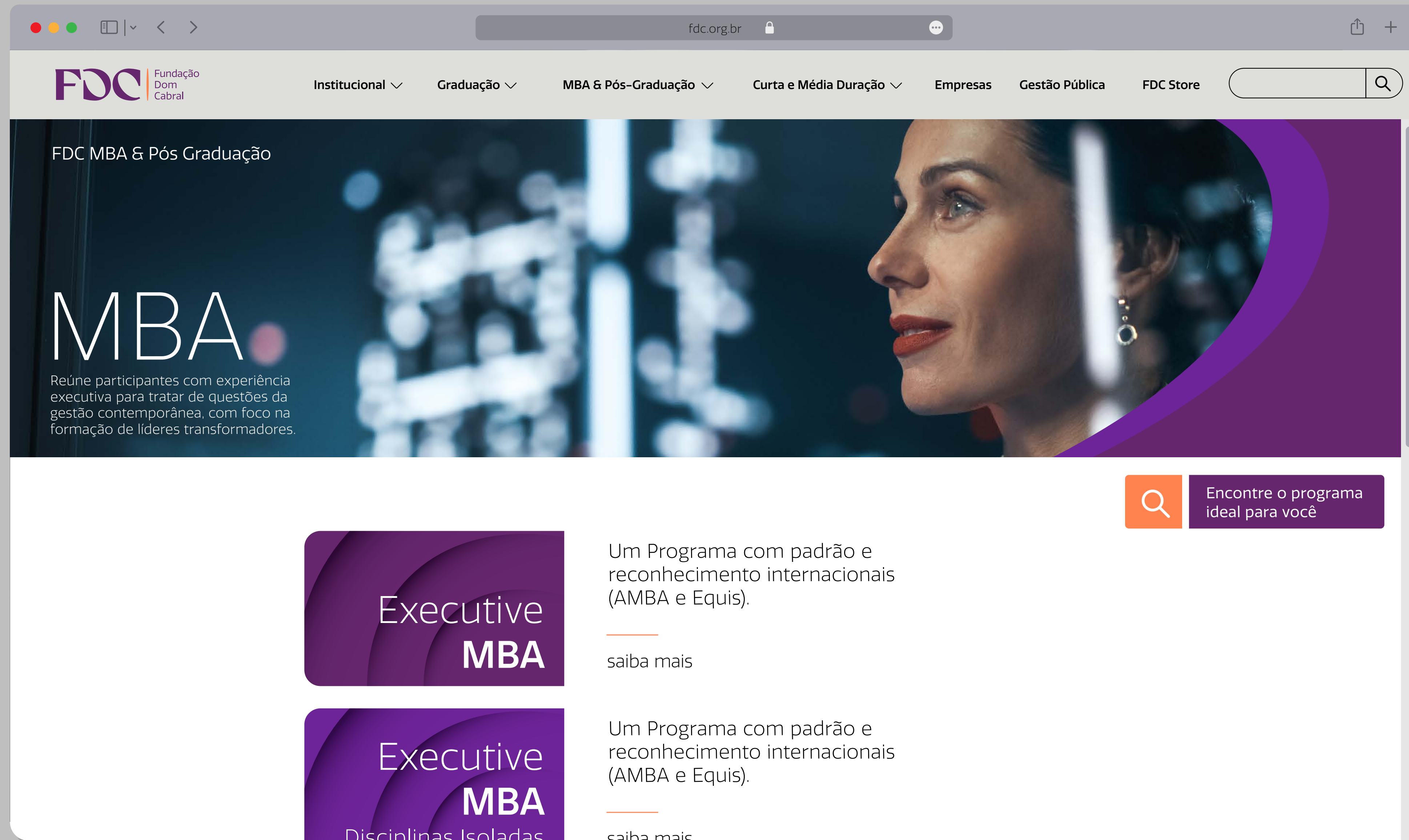








WEB  
Página de  
Produto





SINALIZAÇÃO  
Adesivo





GIFT  
Totebag





GIFT  
Moletom

**FDC** | Fundação  
Dom  
Cabral



# UNIFORME Recepção





GIFT  
Moleskin





Sempre consulte este manual ao utilizar a marca FDC. Para casos não citados aqui, fale com a área de Marketing & Comunicação Corporativa. O conteúdo deste manual é confidencial e de uso interno (ou destinado a fornecedores autorizados).

Utilize sempre os arquivos originais da marca. Conteúdo e imagens: todo o conteúdo deste Guia de Identidade Visual é de uso exclusivo da FDC.

---

As fotografias utilizadas são meramente ilustrativas e de propriedade de terceiros, titulares dos direitos autorais sobre as respectivas obras. Fica vetado, portanto, qualquer tipo de reprodução parcial ou total das referidas imagens sem prévia autorização do Marketing & Comunicação Corporativa.