



Manual de identidade visual e uso da marca do FGC

Manual de identidade visual e uso da marca do FGC

Versão: FGC 240363 | Atualização: 30/4/2024

1. Marca do FGC.....	3
2. Redução	4
3. Cores.....	5
4. Fundos coloridos	6
5. Fundos fotográficos.....	8
5.1 Uso de imagens.....	9
6. Área de proteção	11
7. Relacionamento com outras marcas	11
8. Usos incorretos	12
9. Tipografia	13
10. Assinatura em línguas estrangeiras.....	13

Anexo I

Uso da marca do FGC pelas instituições associadas e terceiros.....	14
Texto para divulgação aos clientes e investidores (Resolução 4.688)	17

Anexo II

Campanha de Comunicação - Uso de hashtags.....	18
---	-----------

1. Marca do FGC

Deve-se dar preferência para o uso da versão colorida da marca. Já as versões secundárias (negativa e monocromática) devem ser utilizadas somente nos casos em que a leitura ou a adequação da marca principal sejam prejudicadas, ou quando o material for preparado considerando cores que não fiquem alinhadas à forma colorida do logo.



versão reduzida

A marca pode ser utilizada sem o tipograma em casos especiais, preferencialmente em materiais em que a marca completa já tenha sido utilizada ou em itens muito pequenos, como brindes.



Uso da versão negativa e monocromática:

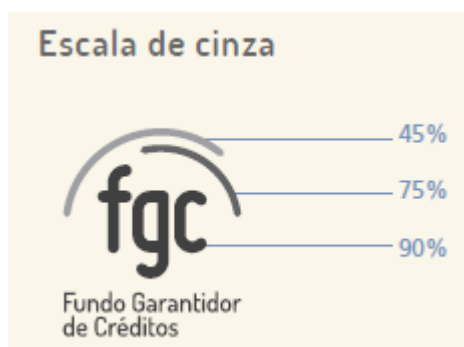
versão colorida negativa



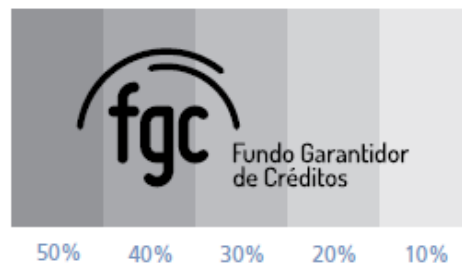
Versão: FGC 240363 | Atualização: 30/4/2024

A utilização da versão colorida negativa deve seguir também as regras de cores e aplicação em fundos coloridos, conforme previsto mais adiante neste manual.

Tons de cinza:



Marcas monocromáticas
sobre tons de cinza.
A assinatura vertical
segue a mesma lógica.



2. Redução

Para garantir a reprodução legível da marca, foi estabelecida a redução máxima para cada uma de suas assinaturas.



3. Cores

A cor tem um papel importante na comunicação, ajudando as pessoas a reconhecerem a nossa identidade.

O FGC utiliza três cores principais: azul, verde e dourado. Além delas, existem variações de cada uma delas que podem ser aplicadas nos materiais de comunicação.

Para acompanhar as mudanças pelas quais o FGC passou nos últimos anos, incluindo a sua jornada de cultura organizacional, também se utiliza uma paleta de cores acessórias multicolorida, que se desprende das três cores principais de seu logo.

A escala Pantone é a referência para garantir a fidelidade das cores. Na impossibilidade de impressão na cor especial Pantone, deve-se utilizar a impressão em CMYK. Para os meios digitais deve-se usar a paleta RGB.

cores principais	AZUL	VERDE	DOURADO
	PANTONE 541C C M Y K 100 57 0 38 R G B 0 60 113	PANTONE 575C C M Y K 48 0 100 53 R G B 103 130 58	PANTONE 124C C M Y K 0 15 100 28 R G B 184 157 24

cores auxiliares		
Porcentagens das cores principais		
80%	80%	80%
40%	40%	40%
15%	15%	15%

Versão: FGC 240363 | Atualização: 30/4/2024

Cores acessórias

	R 125 G 229 B 94 C 50 M 0 Y 84 K 0 Pantone 7487 C		R 227 G 69 B 112 C 5 M 88 Y 36 K 0 Pantone 205 C
	R 71 G 158 B 69 C 75 M 14 Y 100 K 2 Pantone 7738 C		R 176 G 48 B 84 C 25 M 94 Y 54 K 9 Pantone 7433 C
	R 33 G 102 B 51 C 85 M 35 Y 100 K 28 Pantone 7483 C		R 128 G 26 B 61 C 35 M 98 Y 59 K 32 Pantone 208 C
	R 130 G 130 B 219 C 52 M 50 Y 0 K 0 Pantone 2715 C		R 71 G 181 B 224 C 63 M 10 Y 3 K 0 Pantone 298 C
	R 92 G 94 B 171 C 73 M 70 Y 0 K 0 Pantone 7669 C		R 38 G 153 B 189 C 77 M 24 Y 16 K 0 Pantone 7689 C
	R 48 G 54 B 120 C 97 M 93 Y 22 K 9 Pantone 5265 C		R 15 G 117 B 148 C 88 M 44 Y 30 K 5 Pantone 633 C
	R 163 G 105 B 227 C 49 M 65 Y 0 K 0 Pantone 265 C		R 196 G 150 B 196 C 22 M 45 Y 0 K 0 Pantone 7439 C
	R 143 G 64 B 212 C 59 M 79 Y 0 K 0 Pantone 7442 C		R 154 G 83 B 161 C 43 M 80 Y 0 K 0 Pantone 7655 C
	R 97 G 54 B 143 C 77 M 95 Y 4 K 0 Pantone 7679 C		R 110 G 41 B 120 C 69 M 100 Y 18 K 5 Pantone 259 C

4. Fundos coloridos

A orientação para o uso da marca sobre fundos coloridos vai de acordo com a legibilidade e o reconhecimento de sua forma. Em fundos onde não se possa garantir uma leitura adequada, devemos utilizar as versões monocromáticas.

Manual de identidade visual e uso da marca do FGC

Versão: FGC 240363 | Atualização: 30/4/2024



Versão colorida negativa: A alternância do logotipo e tipograma para branco se aplica apenas no fundo Azul FGC.



A assinatura vertical segue a mesma lógica.

O logo do FGC negativo (branco) pode ser utilizado seguindo a paleta de cores acessórias, conforme os exemplos, abaixo, desde que as cores sejam sólidas e não estejam em degradê, garantindo o contraste entre o logo e a cor do fundo.



5. Fundos fotográficos

A marca pode ser aplicada sobre fotografias, desde que a área de aplicação não possua texturas muito pronunciadas e contrastantes. Deve-se dar preferência à aplicação em locais abertos da imagem e adequar o uso das versões coloridas ou monocromáticas para garantir que o contraste

Versão: FGC 240363 | Atualização: 30/4/2024

seja suficiente para a correta visualização e leitura da marca.



A assinatura vertical segue a mesma lógica.

5.1 Uso de imagens

As imagens abaixo têm objetivo de representar o trabalho em equipe e o senso de pertencimento ao FGC. Deve-se optar por imagens coloridas e bem iluminadas, a fim de conversar melhor com a identidade visual, e é importante abranger diversidade de etnias, para que todos se sintam representados.

Versão: FGC 240363 | Atualização: 30/4/2024

o que é recomendado



o que evitar



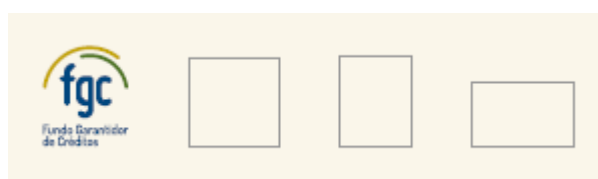
6. Área de proteção

Uma área livre deve ser mantida em volta da marca, para garantir visibilidade e impacto. Portanto, nenhuma informação ou elemento gráfico (textos, outras assinaturas etc.) pode ultrapassar o espaço delimitado abaixo.



7. Relacionamento com outras marcas

Deve-se buscar manter o mesmo peso visual em relação às marcas de outras entidades, adotando sempre a assinatura completa nesses casos – seja vertical ou horizontal, de acordo com o espaço disponível – e respeitando a área de proteção da marca FGC.



Versão: FGC 240363 | Atualização: 30/4/2024

8. Usos incorretos

Não rotacionar:



Não distorcer:



Não alterar as cores:



Não alterar a tipografia:



Não aplicar moldura:



Não alterar a opacidade:



Não inserir em elementos gráficos:



Não reposicionar os elementos:



Não aplicar efeitos de sombra
e luz:



A assinatura vertical segue a mesma lógica.

9. Tipografia

A fonte utilizada na formação da marca é constituída pela tipologia Dosis. Utilizamos suas variações da seguinte forma:

Títulos e informações de destaque	Dosis Extralight Light Regular Medium Semibold Bold	ATENÇÃO Nunca deve-se grafar o número zero utilizando o seu numeral. Quando for preciso, ele deve ser substituído pela letra "O" em caixa alta. 0 (Numeral) O ("O" em caixa alta)
Textos de apoio, como subtítulos, descritivos e legendas	Dosis Extralight Light Regular	
Textos longos	Frutiger Light Roman Bold	
Apresentações, documentos e outros materiais internos	Verdana Regular Bold	
Web	Arial Light	

10. Assinatura em línguas estrangeiras

Na produção de material em língua estrangeira, a marca não deverá ser alterada, permanecendo o nome do FGC sem tradução.

Versão: FGC 240363 | Atualização: 30/4/2024

Anexo I

Uso da marca do FGC pelas instituições associadas e terceiros

- Sempre que houver referência ao FGC, o link do site deverá ser incluído. O direcionamento deve ser para a página principal do FGC, conforme o exemplo:

“Para mais informações acesse o site do FGC: www.fgc.org.br.”

- O logotipo do FGC não poderá ser utilizado de forma isolada, sem informações ou link do site do FGC.
- A identificação por escrito do FGC deverá sempre ser efetuada com a utilização da razão social completa, observando-se que a palavra ‘Créditos’ deve estar no plural:

“Fundo Garantidor de Créditos – FGC”.

- É vedada a utilização do nome ou da marca do FGC na composição de nomes de produtos ofertados aos depositantes e investidores.

TODA A COMUNICAÇÃO QUE ENVOLVA O NOME DO FGC DEVERÁ SER SUBMETIDA À APROVAÇÃO FORMAL ANTES DE SER VEICULADA.

O material para aprovação deverá ser submetido aos cuidados da Diretoria Executiva do FGC, via e-mail para comunicacao@fgc.org.br. Aprovado ou com ajustes, o FGC retornará à instituição também via e-mail. Caso tenha havido alterações, o material final deverá ser submetido a uma nova análise antes da sua veiculação.

Na elaboração de material é importante observar que:

Versão: FGC 240363 | Atualização: 30/4/2024

- Deve-se deixar claro o instrumento financeiro garantido, quando da explicação do produto ofertado.
- Deve-se evitar o uso de expressões que permitam uma compreensão errada sobre a extensão da garantia prestada pelo FGC. Por exemplo: "100% do seu investimento está garantido."
- Sempre que se referir à garantia ordinária do FGC, deverão constar as informações: "Até o limite de R\$ 250 mil por CPF ou CNPJ, por conjunto de depósitos e investimentos em cada instituição ou conglomerado financeiro."
- Sempre que se referir à garantia especial do FGC (Depósito a Prazo com Garantia Especial – DPGE), deverão constar as informações: "Até o limite de R\$ 40 milhões por CPF ou CNPJ, por conjunto de depósitos em cada instituição ou conglomerado financeiro."
- Em sua comunicação com os clientes, a instituição deve ter atenção se optar por fazer referência a regra do teto de garantia de R\$ 1 milhão, a cada período de 4 anos, para os casos de intervenção ou liquidação de mais de uma instituição financeira, de modo que não ocorra confusão com o limite de garantia de até R\$ 250 mil por CPF ou CNPJ, por conjunto de depósitos e investimentos em cada instituição ou conglomerado financeiro.

Texto para divulgação aos clientes e investidores (Resolução 4.688)

Nos termos da Resolução do Conselho Monetário Nacional nº. 4.688/2018, em acordo com o Estatuto Social do FGC, é dever das instituições associadas divulgar a todos os seus clientes detentores de instrumentos cobertos pela garantia pelo FGC mensagem informando que os saldos dos respectivos depósitos ou aplicações estão garantidos pelo FGC, até o limite previsto em seu Regulamento.

Sobre o comunicado a ser enviado, importante observar que:

- Deverão ser enviadas no mês de junho de cada ano;

Manual de identidade visual e uso da marca do FGC

Versão: FGC 240363 | Atualização: 30/4/2024

- Poderão ser divulgadas por meio de correspondência impressa ou comunicado eletrônico;
- Deverão seguir o conteúdo estabelecido pelo FGC;
- Poderão ser divulgadas no corpo de outras comunicações enviadas pela instituição associada a seus clientes, desde que com destaque e tamanho de fonte no mínimo igual ao do restante do texto da mensagem principal;
- Para o envio do comunicado, destacamos alguns pontos: (i) inclusão do assunto a ser padronizado no envio da mensagem, (ii) acréscimo de mensagem reforçando a saúde do Sistema Financeiro Nacional, e (iii) inclusão de um parágrafo informando que o FGC não atua como instituição financeira e que não oferece crédito a pessoas físicas e jurídicas;
- As instituições associadas ao FGC que pertençam a um conglomerado financeiro deverão informar no corpo da mensagem o nome das outras instituições associadas que pertencem ao mesmo conglomerado.

Em caso de dúvidas, entre em contato com o FGC pelo e-mail comunicacao@fgc.org.br.

TEXTO APROVADO PELO FGC PARA A COMUNICAÇÃO AOS CLIENTES E INVESTIDORES:

Entenda o papel do Fundo Garantidor de Créditos – FGC

"Prezado(a) cliente,

Informamos que os saldos mantidos em depósito em conta corrente, aplicação em caderneta de poupança, investimentos em depósitos a prazo (CDB/RDB), Letras de Câmbio, Letras Hipotecárias, LCI e LCA, entre outros, mantidos nesta instituição financeira, são garantidos pelo Fundo Garantidor de Créditos (FGC).

A existência de mecanismos de proteção, como a garantia de depósitos oferecida pelo FGC, é fundamental para saúde do sistema financeiro brasileiro, assegurando o reembolso dos valores depositados ou investidos em situações de intervenção ou de liquidação das instituições financeiras por parte do Banco Central do Brasil (BCB). Essa garantia é limitada a R\$ 250 mil por CPF ou CNPJ, para cada instituição financeira. No caso de instituições que façam parte de um mesmo conglomerado financeiro, os valores investidos em diferentes entidades do mesmo grupo são somados para o cálculo desse limite.

[Informação das instituições que pertencem ao mesmo conglomerado financeiro.]

Versão: FGC 240363 | Atualização: 30/4/2024

Cabe destacar que não existe um prazo definido na legislação para o pagamento da garantia em caso de liquidação de instituição financeira. O pagamento somente se inicia depois que o liquidante, apontado pelo BCB, consolida a lista de credores com os respectivos valores de cada um. Nos casos mais recentes de liquidação, esse período tem sido de aproximadamente um mês.

Para casos de pagamentos de garantias em decorrência de mais de uma intervenção ou liquidação de instituições financeiras, ressaltamos que o limite total é de R\$ 1 milhão para cada período de quatro anos, contado a partir da data do primeiro pagamento de garantia. Uma vez encerrado esse ciclo, o limite total de cobertura é integralmente restabelecido.

Atenção: O FGC garante apenas os produtos financeiros indicados em seu Regulamento, nas condições e limites ali descritos. O FGC não garante aplicações em Fundos de investimento, letras Financeiras, Letras Imobiliárias Garantidas (LIG), Ações, Títulos de Capitalização, entre outras.

Importante: O FGC não atua como instituição financeira e, portanto, não oferece créditos ou empréstimos a pessoas físicas. Desta forma, o FGC não disponibiliza recursos ou dinheiro para o público geral.

Para mais informações, acesse o site: www.fgc.org.br

ASSINATURA COM IDENTIFICAÇÃO DA INSTITUIÇÃO REMETENTE"

Anexo II

Campanha de Comunicação - Uso de hashtags

No FGC fazemos uso de algumas hashtags para sinalizar temas importantes.

Atualmente, está em campanha o uso da #agenteseguarante #agentetegarante, considerando os públicos interno e externo.

Sua aplicação considera a construção de um elemento em nuvem, com cantos arredondados, formatos fluídos e o uso de, no mínimo, três cores (alternando-se as cores entre os elementos: balão de fala, selo do FGC e fundo). Na construção do elemento deve-se considerar o contraste entre as cores para não prejudicar a leitura. O fundo e os elementos gráficos (círculos preenchidos, círculos

Manual de identidade visual e uso da marca do FGC

Versão: FGC 240363 | Atualização: 30/4/2024

vazados e X) são parte da identidade visual e devem estar presentes sempre que o logo for utilizado, e sem prejudicar a leitura do material, seguindo uma das combinações de cores propostas.



#agentesecuida 

#agenteserespeita 

#jeitoFGC 
de **Desenvolver**

#agenteserespeita 

#agenteseprotege 

#agenteseprotege 

#agenteseprotege 